



RELAÇÕES DE CONSUMO humanismo

Agostinho Oli Koppe Pereira
Luiz Fernando Del Rio Horn
organizadores



**RELAÇÕES DE CONSUMO:
humanismo**

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE
DE CAXIAS DO SUL

Presidente:

Roque Maria Bocchese Grazziotin

Vice-Presidente:

Orlando Antonio Marin

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

Reitor:

Prof. Isidoro Zorzi

Vice-Reitor:

Prof. José Carlos Köche

Pró-Reitor Acadêmico:

Prof. Evaldo Antonio Kuiava

Coordenador da Educs:

Renato Henrichs

CONSELHO EDITORIAL DA EDUCS

Adir Ubaldo Rech (UCS)

Gilberto Henrique Chissini (UCS)

Israel Jacob Rabin Baumvol (UCS)

Jayne Paviani (UCS)

José Carlos Köche (UCS) – presidente

José Mauro Madi (UCS)

Luiz Carlos Bombassaro (UFRGS)

Paulo Fernando Pinto Barcellos (UCS)

Agostinho Oli Koppe Pereira
Luiz Fernando Del Rio Horn
organizadores

RELAÇÕES DE CONSUMO: humanismo



EDUCS

© dos organizadores

Capa: Dirce Rech Perini

Ilustrações: Desenho em nanquim da artista plástica Suzana Maino

Revisão: Ivone Polidoro Franco

Editoração: Traço Diferencial

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Universidade de Caxias do Sul
UCS – BICE – Processamento Técnico

R382 Relações de consumo: humanismo / [org.] Agostinho Oli Koppe
Pereira, Luiz Fernando Del Rio Horn. – Caxias do Sul, RS : Educus,
2011.

308 p.; 21 cm. – (Relações de consumo : 4)

Apresenta bibliografia

ISBN 978-85-7061-624-1

1. Direito (Economia). 2. Defesa do consumidor. 3. Direitos funda-
mentais. 4. Humanismo. I. Pereira, Agostinho Oli Koppe. II. Horn,
Luiz Fernando Del Rio, 1974-. III. Série.

CDU 2. ed.: 330.567.2

Índice para o catálogo sistemático:

1. Direito (Economia)	330.567.2
2. Defesa do consumidor	366
3. Direitos fundamentais	342.7
4. Humanismo	165.742

Catalogação na fonte elaborada pela bibliotecária
Márcia Carvalho Rodrigues – CRB 10/1411

Direitos reservados à:



EDUCS – Editora da Universidade de Caxias do Sul

Rua Francisco Getúlio Vargas, 1130 – CEP 95070-560 – Caxias do Sul – RS – Brasil

Ou: Caixa Postal 1352 – CEP 95020-972 – Caxias do Sul – RS – Brasil

Telefone / Telefax: (54) 3218 2100 – Ramais: 2197 e 2281 – DDR: (54) 3218 2197

www.ucs.br – E-mail: educs@ucs.br



Sumário

Apresentação / 7

Consumo de cigarros e humanismo / 9

Agostinho Oli Koppe Pereira

Allana Ariel Wilmsen Dalla Santa

Jessica Cristianetti

Relação de consumo e humanismo: efeitos, reflexos e consequências / 37

Aloísio Ruscheinsky

Cleide Calgaro

Direito, técnica e humanismo: o direito do consumidor como mediação entre integração sistêmica e integração social / 61

Rafael Lazzarotto Simioni

Os direitos humanos e fundamentais e a garantia de uma sociedade humanitária / 83

Adir Ubaldo Rech

Adivandro Rech

Relações de consumo ou o consumo de relações: as relações afetivas na contemporaneidade / 105

Henrique Mioranza Koppe Pereira

Rafaela Beal Bossardi

A sociedade de consumo e a atual desvalorização do consumidor como ser humano / 129

Daniela Vasconcellos Gomes

As diversas faces do humanismo no consumo / 153

Dagoberto Machado dos Santos

Gabriela de Oliveira

A concepção constitucional do consumidor: o princípio da dignidade da pessoa humana nas relações de consumo / 169

Katia Leão Cerqueira

Jorge Renato dos Reis

A desterritorialização das relações consumeristas e o conflito de jurisdições / 197

Leonel Severo Rocha

Ana Paula Atz

A carta de direitos fundamentais da União Europeia e a opinião pública, políticas públicas de educação para o consumo: instrumento de transformação da realidade social / 229

Liton Lanes Pilau Sobrinho

As relações de consumo e o amparo principiológico: análise a partir do sistema constitucional contemporâneo / 257

Salete Oro Boff

Guilherme Bortolanza

A ética humanista aplicada à relação escravagista homem e animais combinada com os princípios do direito do consumidor / 273

Luiz Fernando Del Rio Horn

Apresentação

Os coordenadores da presente obra sentem-se orgulhosos de entregar à comunidade jurídica este livro, que é o quarto da série “Relações de Consumo”. Desta feita, o tema central da obra se agrega ao humanismo – relações de consumo: humanismo. Dentro de uma sociedade que transmuta o cidadão em, unicamente, consumidor, não se pode deixar de discutir, no âmbito jurídico, as consequências dessa transformação.

Com o presente volume, os coordenadores têm por escopo abrir caminhos ao debate, através da proposta que interconecta o consumo ao humanismo, tentando possibilitar a desmistificação do que é ser cidadão e ser consumidor. Assim, tendo em vista que o cidadão é formado por múltiplas facetas, sendo que apenas uma delas é o consumo, pode-se, por meio de análises críticas, aprofundar o estudo em busca de uma sociedade mais humana, onde o *ser* sobrepuje o *ter*.

Os organizadores do presente volume têm a certeza de entregar à comunidade, uma obra que possibilitará aos estudiosos da ciência jurídica, de forma particular, e das ciências sociais, de forma geral, ampliarem as discussões sobre o tema proposto.

Hoje, em uma sociedade que se denomina hiperconsumista, nascida no âmago da modernidade, a visão do indivíduo se estreita para uma senda desvirtuada da realidade, escamoteada sob um manto fosco do consumo que torna cada vez mais vulnerável o consumidor, vulnerabilizando-o como ente do consumo e como ser

humano. Espera-se, com esta obra, possibilitar a abertura de caminhos mais propícios às discussões, longe das ideologias economicistas às quais o lucro é o fator preponderante.

Coordenadores:

Agostinho Oli Koppe Pereira

Luiz Fernando Del Rio Horn

Consumo de cigarros e humanismo*

Agostinho Oli Koppe Pereira**
Allana Ariel Wilmsen Dalla Santa***
Jessica Cristianetti***

Introdução

O consumo de cigarro tem levantado polêmicas dentro da sociedade contemporânea, haja vista as consequências no âmbito da saúde para o consumidor e, também, as consequências de ordem econômica propagadas pelo lucro que essa atividade gera às empresas produtoras.

A produção de cigarro está calcada sobre uma infraestrutura que vai do cultivo do fumo até a sua industrialização. Assim, essa atividade gera, indiscutivelmente, milhares de empregos e muito lucro.

Por outro lado, o consumo de cigarro está vinculado a um grande número de doenças que destroem a vida daqueles que praticam o tabagismo, causando impactos sociais irreversíveis. Essas doenças matam, anualmente, somente no Brasil, mais de duzentas mil pessoas.

* Estudo realizado no âmbito da pesquisa: “O Direito Ambiental frente à energia e ao risco de insustentabilidade ambiental na sociedade moderna hiperconsumista” do Grupo de Pesquisa “Metamorfose Jurídica” vinculado ao Centro de Ciências Jurídicas e ao Mestrado em Direito da Universidade de Caxias do Sul, com o apoio da UCS, da Fapergs e CNPq.

** Doutor em Direito pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Professor e Pesquisador no Programa de Mestrado em Direito da Universidade de Caxias do Sul. Coordenador do Grupo de Pesquisa “Metamorfose Jurídica”.

*** Alunas do curso de graduação em Direito da Universidade de Caxias do Sul. Bolsista de iniciação científica no Grupo de Pesquisa “Metamorfose Jurídica”.

No meio desse cenário – empregos, lucros e doenças – se encontra o Direito que, nas últimas décadas, vem mudando sensivelmente o sentido de responsabilidade civil e de proteção ao consumidor, considerado como sendo a parte mais vulnerável nessa relação jurídica de consumo.

Numa seara mais complexa – a do Estado – se encontram: o Executivo, que é inoperante, não consegue desenvolver políticas públicas capazes de atender a esse verdadeiro colapso na saúde pública – além disso, parece pretender lucrar com os bilhões de reais arrecadados com os impostos da produção de cigarro –; o Legislativo, incapaz e fazer qualquer legislação efetiva que possa minimizar o ato de fumar e/ou seus efeitos – as leis são paliativas, sem nenhuma eficácia sobre o ato de fumar e/ou sobre suas consequências; o Judiciário, impelido a decidir sobre indenizações, elabora decisões que oscilam entre o jurídico e o metajurídico não sendo capaz de entender a nova dogmática consumerista.

Tendo em vista os enfoques cotejados acima, pretende-se, no presente capítulo, buscar, tanto em nível doutrinário quanto jurisprudencial, as melhores soluções para enfrentar o problema que se refere à responsabilidade civil dos fabricantes de cigarros, no sentido da indenização, ou não, pelos danos causados à saúde dos consumidores de cigarro.

O presente tema, além de se dispor como de ordem jurídica, tem uma relevância humanista, vez que o tabagismo se insere dentre aqueles produtos que mais vêm causando morte e danos físicos ao consumidor, tornando-se, sem sombra de dúvidas, um problema de saúde pública globalizado pelas multinacionais de cigarro.

O Código de Defesa do Consumidor e o cigarro como produto: a proteção à saúde do consumidor

A saúde é um bem tutelado não somente pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC), mas pela própria Constituição Federal. O pressuposto do CDC é que os produtos não devem

acarretar riscos à saúde e à segurança dos consumidores. Os artigos 8º, 9º e 10 que estão inseridos na seção I – da proteção à saúde e segurança – do capítulo IV – da qualidade de produtos e serviços, da prevenção e da reparação de danos – versam sobre a colocação de produtos e serviços no mercado sem que haja prejuízo à saúde dos consumidores.

O artigo 8º é claro ao dispor que os produtos colocados no mercado não podem acarretar riscos à saúde dos consumidores exceto os considerados normais e previsíveis em decorrências de sua natureza e fruição.

Traçando-se um paralelo entre o fornecimento de cigarro e o disposto nesse artigo, é possível verificar várias discrepâncias. Quando o art. 8º dispõe sobre riscos normais ou previsíveis, em decorrência da natureza e fruição do produto ou serviço, certamente não está se reportando à possibilidade de um produto – no caso o cigarro – provocar 200 mil mortes/ano somente no Brasil.¹ Esse número não é aceitável como risco normal, pois não é o resultado ordinariamente esperado do uso de cigarro.

Reportado em termos mundiais, o tabagismo é responsável por 4 milhões de mortes anuais no Planeta, o que corresponde a 10 mil óbitos por dia ou à morte de uma pessoa a cada oito segundos.² Essas estatísticas estão longe de considerar o cigarro como um produto seguro para ser colocado no mercado.

Além desses aspectos, quando se fala em riscos normais e previsíveis, está-se falando em riscos evitáveis quando se usa o produto com a cautela recomendada pelo fabricante. O exemplo

¹ Tabagismo INCA. *Tabagismo: dados e números: Tabagismo no Brasil*. Disponível em: <<http://www.inca.gov.br/tabagismo/frameset.asp?item=dadosnum&link=brasil.htm>>. Acesso em: 29 jun. 2011.

² ANVISA. *Imagens de alerta nas embalagens de cigarros entram em vigor*. Disponível em: <http://portal.anvisa.gov.br/wps/portal/anvisa/home/derivadostabaco!/ut/p/c4/04_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3hnd0cPE3MfAwM_DMydnA093Uz8z00B_A3cnI_2CbEdFAFjPb9w!/?WCM_PORTLET=PC_7_CGAH47L00GOE90IOR99UI130O1_WCM&WCM_GLOBAL_CONTEXT=/wps/wcm/connect/anvisa/anvisa/sala+de+imprensa/noticias/imagens+de+alerta+nas+embalagens+de+cigarros+entram+em+vigor>. Acesso em: 29 jun. 2011.

que pode ser mencionado para melhor compreensão é o do trabalhador, que, em seu serviço, usa tintas tóxicas e que evita os danos usando luvas e máscara.

Como se pode notar, não existe forma de evitar os riscos do cigarro a não ser não fumando e não ficando perto daquele que fuma, vez que, nesse segundo caso, se está agindo como fumantes passivos, correndo todos os riscos emanados da fumaça desse nefasto produto.

Assim, pelo que se pode notar, não há qualquer segurança no uso desse produto. Teoricamente, o resultado legitimamente esperado pelo consumidor que fuma é o prazer, a sua inclusão em um grupo social, a felicidade demonstrada nas publicidades de cigarro, etc., mas não a morte. Esse é um risco inaceitável dentro da sociedade que bate às portas da pós-modernidade.

No caso do cigarro, qualquer aviso acerca de forma de utilização do produto para evitar os riscos é ineficaz, ou seja, fumar é igual a risco. Assim, o dever de informar, exposto no artigo 8º, não possui qualquer eficácia no caso do cigarro.

Da análise do artigo 9º do CDC, que trabalha com produtos potencialmente nocivos ou perigosos à saúde e que obriga o fornecedor a informar, de maneira ostensiva e adequada, pode-se retirar que, se for tomado o direcionamento informativo estabelecido no artigo, evitar-se-á o dano. Porém, mais uma vez aqui, no âmbito legislativo, o caso do cigarro é peculiar, vez que não se consegue dar informações, mesmo que de maneira ostensiva, que possam evitar o risco e o dano quando o indivíduo fuma.

Até o presente momento, pode-se notar que o cigarro, produto colocado no mercado pelas empresas de tabaco, demonstra-se incompatível com as informações dispostas nos artigos 8º e 9º do CDC. Esses dispositivos legais têm por escopo estabelecer regras obrigatórias ao fornecedor para que informe ao consumidor o modo como ele pode utilizar para, usando o produto, evitar riscos e danos. Ora, o uso do cigarro é incompatível com qualquer forma de prevenção, vez que essa possibilidade inexistente. Logo, o

cigarro é um produto que não se enquadra no disposto nos artigos em comento (8º e 9º do CDC).

Por outro lado, o art. 10 traz à baila os produtos que apresentam alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança. Ora, se é impossível enquadrar o cigarro nos artigos 8º e 9º do CDC, vez que é impossível dar qualquer informação que evite o dano quando o produto – cigarro – é usado, chega-se, facilmente, à conclusão de que o cigarro é um produto de alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança do consumidor.

Para corroborar a assertiva exposta “de que o cigarro é um produto de alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança do consumidor”, pode-se trabalhar os seguintes dados:

Primeiramente, sobre a nicotina presente nos cigarros: pode-se dizer, com o Dr. Dráuzio Varella, que ela é uma droga que:

exerce ação psicoativa ao ligar-se a receptores existentes nos neurônios de diversas áreas cerebrais. Quando esses receptores ficam vazios o fumante entra em crise de abstinência e acende o próximo cigarro. Ao dar a primeira tragada, a ansiedade desaparece de imediato porque a droga vai dos pulmões ao cérebro em apenas seis a dez segundos. Esse mecanismo é tão poderoso que o cérebro não deixa a critério do fumante a inalação da quantidade de nicotina exigida pelos neurônios dependentes: são eles que controlam a duração e a profundidade da tragada. Se a concentração da droga na fumaça é mais baixa o cérebro ordena uma tragada mais profunda e duradoura. Ao aspirar com mais força, o ar entra com maior velocidade e queima proporcionalmente mais tabaco do que o papel das laterais, aumentando o conteúdo de nicotina na fumaça e provocando alterações químicas que a tornam mais facilmente absorvida nos alvéolos pulmonares.³

³ VARELLA, Dráuzio. *De gravata ou revólver na mão*. Disponível em <<http://drauziovarella.com.br/dependencia-quimica/tabagismo/de-gravata-ou-revolver-na-mao/>>. Acesso em: 21 jul. 2011.

Ou seja, essa substância se revela altamente viciante, impedindo ou dificultando extremamente que os consumidores de cigarros abandonem o hábito de fumar.

Segundo, o cigarro, comprovadamente, além de provocar dependência, causa câncer de pulmão, boca, laringe, estômago; impotência sexual; doenças cardíacas como o infarto do miocárdio; enfisema pulmonar; bronquites e muitas outras doenças. Pelas estatísticas, o número de civis mortos em sete anos de guerra no Iraque,⁴ equivale à metade de vítimas do fumo por ano no Brasil.

Em conformidade com o disposto no artigo 10 do CDC, o produto que em um ano mata mais do que sete anos de guerra não deveria estar sequer disponível no mercado. Pelo que se vê, o cigarro é, seguramente, um produto com alto grau de risco, e o art. 10 do CDC veda a introdução dessa espécie de produto no mercado pelo fornecedor.

A partir dos raciocínios que estão sendo elaborados, os cigarros não deveriam estar no mercado por apresentarem alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou à segurança do consumidor.

É de se salientar, ainda, o artigo 11 do CDC – vetado – que dispunha:

O produto ou serviço que, mesmo adequadamente utilizado ou fruído, apresente alto grau de nocividade ou periculosidade será retirado imediatamente do mercado pelo fornecedor, sempre às suas expensas, sem prejuízo da responsabilidade pela reparação de eventuais danos.

⁴ Terra. *Iraque: 7 anos de guerra deixam mais de 100 mil civis mortos*. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/mundo/noticias/0,,OI4659095-EI308,00-Iraque+anos+de+guerra+deixam+mais+de+mil+civis+mortos.html>>. Acesso em: 21 jul. 2011.

O artigo foi vetado por se configurar um *bis in idem*, vez que o *caput* do artigo 10 do CDC, ao afirmar que o fornecedor não poderá colocar no mercado de consumo produto ou serviço que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou à segurança do consumidor induz, indiscutivelmente, à retirada daqueles que foram colocados no mercado.

Para encerrar este item, é, ainda, de se abordar a teoria do risco que, adotada pelo CDC é considerada, por muitos autores, como conexas de teoria objetiva, vez que leva em conta a potencialidade de causar danos.⁵ Conforme Cavalieri Filho, a doutrina do risco pode ser assim resumida na análise do prejuízo *versus* causador, ou seja, todo prejuízo que pode ser atribuído a um autor deve ser reparado por esse, independentemente de ter ou não agido com culpa.⁶ Se alguém coloca em funcionamento alguma atividade, ou coloca no mercado algum produto, que possa ocasionar risco, deve responder pelos eventos danosos que essa atividade ou produto, pode vir a gerar para os indivíduos consumidores, sem qualquer análise sobre se esse dano é determinado devido à imprudência, à negligência ou a um erro de conduta do fornecedor.⁷

Acredita-se que, através das análises perfectibilizadas neste item, se pode dar uma clara visão da ingerência do CDC sobre as relações de consumo que possuem como partes os consumidores – fumantes – e os fornecedores – indústrias tabagistas.

Cigarro e defeito

A ideia de defeito é um elemento que deve ser discutido no presente artigo, vez que pode ser usado em processos de ordem

⁵ VENOSA, Sílvio de Salvo. *Direito Civil: responsabilidade civil*. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2009. p. 21.

⁶ CAVALIERI FILHO, Sérgio. *Programa de responsabilidade civil*. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2009. p. 136.

⁷ PEREIRA, Caio Mário da Silva. *Responsabilidade civil*. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1994. p. 248.

indenizatória no que se refere à responsabilização do fabricante de cigarros. O art. 12 prevê que independentemente da existência de culpa, respondem o fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador pelos defeitos do produto quando se trata de danos físicos ao consumidor.

Em primeiro lugar, há de se ressaltar a responsabilidade objetiva do fornecedor estabelecida pelo artigo 12, ou seja, independentemente da culpa daquele que coloca o produto no mercado.

Embora o disposto acima, existem acórdãos que discutem a culpa do fornecedor, descabidamente. É o caso do acórdão de número 1.0596.04.019579-1/001(1) do Tribunal de Minas Gerais, relatado pelo Desembargador Unias Silva, julgado em 16/09/2008 e publicado em 17/10/2008.

AÇÃO ORDINÁRIA – REPARAÇÃO DE DANOS MATERIAIS E MORAIS – PRESCRIÇÃO DO ART. 27 DO CDC – NÃO INCIDÊNCIA – REJEIÇÃO – EMPRESA FUMAGEIRA – TABAGISMO – PROPAGANDA ENGANOSA – DOENÇA PULMONAR – ACEITAÇÃO DO RISCO PELO FUMANTE – NEXO DE CAUSALIDADE NÃO COMPROVADO – PEDIDOS IMPROCEDENTES – MANUTENÇÃO DA SENTENÇA, que diz: “para surgir o dever de indenizar o dano alheio (responsabilidade civil) é mister que concorram três elementos: o dano suportado pela vítima, a **conduta culposa do agente** e o nexo causal entre os dois primeiros.” (Grifos dos autores).

A ação ordinária diz ainda que a indenização está escudada no ato ilícito, desconsiderando que a relação entre a empresa fumageira e o fumante se configura numa relação de consumo.

No que se refere ao defeito, Denari o define como a

qualificação de desvalor atribuída a um produto ou serviço por não corresponder à legítima expectativa do consumidor, quanto à sua utilização ou fruição (falta de adequação), bem como por adicionar riscos à integridade física (periculosidade) ou patrimonial (insegurança) do consumidor ou de terceiros.⁸

A definição apontada pode ser atribuída ao cigarro, vez que a função do cigarro não é provocar a morte do consumidor, mas sim, segundo as publicidades, proporcionar prazer, satisfação, inclusão social e muitos outros atributos. Para ilustrar, a forma errada de interpretação no que se refere à ideia de defeito vinculado ao cigarro, demonstra-se no acórdão de número Resp 1113804/RS, RECURSO ESPECIAL 2009/0043881-7 do STJ, Relator(a) Ministro LUIS FELIPE SALOMÃO (1140), Órgão Julgador T4 – QUARTA TURMA, data do julgamento 27/04/2010 e data da Publicação/Fonte Dje em 24/06/2010 dizendo que:

o cigarro é um produto de periculosidade inerente e não um produto defeituoso, nos termos do que preceitua o Código de Defesa do Consumidor, pois o defeito a que alude o Diploma consubstancia-se em falha que se desvia da normalidade, capaz de gerar uma frustração no consumidor ao não experimentar a segurança que ordinariamente se espera do produto ou serviço.

Defeito e vício são coveitos bem diferentes quando se está trabalhando com o CDC. Nessa seara, o cigarro não possui qualquer vício porque ele não é inadequado ao consumo a que se destina – art. 18, *caput*, do CDC –, vez que, como foi dito,

⁸ DENARI, Zelmo. Da qualidade de produtos e serviços, da prevenção e da reparação dos danos. In: GRINOVER, Ada Pellegrini et al. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor*: comentado pelos autores do anteprojeto. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007. p. 183.

proporciona prazer, satisfação, inclusão social etc. Porém, ao se tratar do defeito, o cigarro gera uma frustração no consumidor ao não experimentar a segurança que, ordinariamente, se espera do produto ou serviço, vez que, nenhum consumidor deseja ter câncer, enfisema pulmonar ou qualquer outra doença provocada pelo cigarro que o leve à morte. O consumidor só deseja prazer, satisfação, inclusão social e muitos outros prazeres que lhes são prometidos pelas indústrias fumageiras.

Assim, o cigarro é, erroneamente, classificado como de periculosidade inerente, uma vez que não garante a segurança que dele legitimamente se espera. Logo, esse produto se insere no caso de periculosidade adquirida e, a partir daí, “surge o defeito do produto e a possibilidade de indenização”.⁹ Além disso, pode-se afirmar que o cigarro possui defeito de concepção que se define como aquele, também designado de “*criação*”, envolvendo os vícios de projeto, formulação, etc.

Assim, o que fica claro é que nem o Legislativo nem o Executivo e, muito menos, o Judiciário conseguem entender, ou não querem entender, ou não querem enfrentar o problema, que o cigarro é um produto de alto grau de periculosidade e, portanto, não pode estar no mercado.

Nesse diapasão, uma vez posto no mercado, a responsabilidade do fornecedor pelos danos ao consumidor é indiscutível e sem a discussão da culpa, tendo em vista que o CDC é taxativo ao afirmar, repita-se, em seu artigo 12, a responsabilidade objetiva do fabricante nos casos do fato do produto.

⁹ PEREIRA, Agostinho Oli Koppe. *Responsabilidade civil por danos ao consumidor causados por defeitos dos produtos: a teoria da ação social e o direito do consumidor*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2003. p. 217.

As empresas de cigarros e a confirmação dos danos à saúde do fumante e das pessoas que o cercam

No presente artigo, é importante se fazer uma análise sobre o que dizem as empresas fumageiras sobre o cigarro, porque, ao fim da discussão, elas detêm o conhecimento técnico sobre o produto que colocam no mercado.

A *Souza Cruz*, em seu site *traz*, uma explicação sobre o ato de fumar: “Fumar é um ato complexo e traz consigo um ritual que envolve vários sentidos, além de aspectos sociais, culturais e comportamentais. Fumantes descrevem desde o prazer de sentir um cigarro entre os dedos, até o sabor e aspectos visuais associados ao consumo do produto.” (INTERNET, 2011). Com este argumento fica claro que a finalidade do fumar está vinculada ao prazer, pois pelas informações da empresa, é muito prazeroso o ato de fumar.

Essa empresa, como as outras, está ciente dos riscos presentes no ato de fumar. Sobre o dano à saúde provocado pelo fumo, essa empresa diz que está buscando minimizar os riscos inerentes ao cigarro, para que este tenha efeitos menos danosos à saúde, sempre lembrando que a única forma de não ser afetado pelos danos do ato de fumar é não usá-lo e, se está sendo usado, que pare, para evitar maiores riscos.

Em seu *site*, a *Souza Cruz* afirma que

tem o compromisso de não incentivar os não-fumantes a consumir os seus produtos, tem consciência de que o consumo de produtos derivados do tabaco está estatisticamente associado a riscos para a saúde e parte do pressuposto legal e irrefutável de que os consumidores adultos são capazes de tomar suas próprias decisões.¹⁰

¹⁰ SOUZA CRUZ. *Fumo e saúde*. Disponível em: <[http://www.souzacruz.com.br/group/sites/SOU_7UVF24.nsf/vwPagesWebLive/DO7V4KZ7?opendo](http://www.souzacruz.com.br/group/sites/SOU_7UVF24.nsf/vwPagesWebLive/DO7V4KZ7?opendoocument&SKN=1)>. Acesso em: 22 jun. 2011.

No mesmo sentido, dispõe:

Reconhecemos que o consumo de nossos produtos envolve riscos à saúde. Por sermos uma empresa responsável, não temos poupado esforços para o desenvolvimento de produtos que possam representar [um] potencial menor risco aos consumidores e estamos comprometidos a trabalhar com todos os setores interessados nessa tarefa.¹¹

Argumenta, ainda, que são conhecidos por toda a sociedade, pelo Estado e pelas autoridades médicas os riscos que derivam do uso do tabaco. Alega que não há nada no ato voluntário de fumar que impeça as pessoas de pararem de fazê-lo, desde que estejam realmente determinadas e motivadas para tanto. Sobre o assunto, o Dr. Dráuzio Varella, alerta em seu *site*, para os males causados pelo fumo e a dependência que causa a nicotina. Pergunta ele: “Quem perpetrou tais crimes por mais de 50 anos, com o objetivo de universalizar uma epidemia causadora de mais mortes do que as guerras do século 20 somadas, por acaso tem idoneidade para dizer que fumantes adoecem por ignorar os avisos de que o cigarro mata?”¹² É claro que muitos fumantes não querem parar de fumar, pois não conseguem se desvincular do “prazer” que sentem ao fumar, porque a nicotina os vicia e não os deixa querer parar. A questão formulada pelo Dr. Dráuzio é uma pergunta que o Legislativo, o Executivo e o Judiciário do Estado moderno contemporâneo parece não quererem enfrentar.

Analisando o *site* da empresa Philip Morris, pode-se avaliar que não existem muitas diferenças com relação às ideias da *Souza Cruz*, pois as duas sabem da dependência causada pelo uso de tabaco e das doenças que podem provir desse uso, alertam para o fumo passivo, concluindo que é importante a proibição a pessoas

¹¹ Idem.

¹² VARELLA, Dráuzio. *Crime e castigo*. Disponível em: <<http://drauzio.varella.com.br/dependencia-quimica/tabagismo/crime-e-castigo/>>. Acesso em: 22 jun. 2011.

fumantes de fumar em locais fechados. Assim, se faz necessário destacar algumas das ideias da *Philip Morris*:

Embora apoiemos uma regulamentação de tabaco abrangente e eficaz, não apoiamos uma regulamentação que impeça adultos de comprar e utilizar produtos de tabaco e imponha impedimentos desnecessários à operação do mercado de tabaco legítimo. Quanto a isso, somos contrários a medidas como embalagens em branco, proibições de anúncios em pontos de venda, proibições totais de comunicações a consumidores adultos e proibições do uso de todos os ingredientes nos produtos de tabaco.¹³

Em seu *site* são citados *sites* de saúde nos quais são tratadas questões referentes ao uso de tabaco e são citados os ingredientes do cigarro com explicações sobre cada um deles. A *Philip Morris* também tem como objetivo criar cigarros com menor risco de dano à saúde, assim se utilizando de pesquisas científicas.

A *Philip Morris* também procura defender o uso de componentes mais atrativos no cigarro, ou seja, cigarros com sabores diferentes, dizendo que esses não são mais prejudiciais à saúde do que aqueles sem sabor. Expressamente dispõe:

La incidencia de fumar, el porcentaje de personas que dejan de fumar y la tasa de enfermedades relacionadas con el consumo de tabaco generalmente son los mismos en los países donde la mayoría de los consumidores adultos fuman cigarrillos con ingredientes saborizantes que en aquellos donde los consumidores adultos fuman cigarrillos sin dichos ingredientes.¹⁴

¹³ PHILIP MORRIS. *Regulamentação eficaz*. Disponível em: <http://www.pmi.com/marketpages/Pages/market_pt_br.aspx>. Acesso em: 21 jul. 2011.

¹⁴ PHILIP MORRIS. *Ingredientes*. Disponível em: <http://www.pmi.com/esp/our_products/ingredients/pages/ingredients.aspx>. Acesso em: 21 jul. 2011.

Como se pode notar, as empresas fabricantes de cigarros são conhecedoras dos problemas que esse produto causa à saúde dos consumidores e, em nome do lucro, continuam colocando o produto no mercado.

Na realidade, se fôssemos falar em ordem processual, poder-se-ia dizer que as empresas fumageiras são “rés confessas”, pois admitem que colocam no mercado produto que causa males à saúde do consumidor.

É difícil entender por que essas indústrias dispensam tratamento diferenciado e privilegiado em relação aos demais empresários brasileiros. Senão vejamos: se uma empresa automobilística coloca um automóvel no mercado com defeito nos freios e, devido a isso, ocorra um acidente que leve à morte o seu proprietário, seguramente, ela será condenada a indenizar; ou, por muito menos, se o fabricante de um barbedor elétrico coloca no mercado um aparelho que, devido a um defeito de fabricação, provoca lesões no consumidor que o utiliza, certamente, ele também será indenizado. A pergunta agora é: Por que as empresas fabricantes de cigarro não devem indenizar se seus produtos causam tantos danos ao consumidor?

O ato de fumar

O ato de fumar é um ato humano que não oferece uma explicação apenas. Assim, esse ato tem suscitado diversas respostas ao longo do tempo as quais circulam na área científica, motivando explicações no campo da medicina neuronal e química, no campo da psicologia, da psiquiatria e, até mesmo, no campo da sociologia. Uma resposta óbvia e simples seria a de que as pessoas fumam devido à nicotina, vez que esse componente traz a sensação de prazer que aparece já no primeiro cigarro experimentado e, também, está vinculado ao vício. Porém, muitos acreditam que a questão é muito mais complexa.

Sobre esse assunto, a *Souza Cruz* diz:

Vários profissionais ligados à saúde pública sugerem que as pessoas fumam somente por serem “viciadas” em nicotina. É fato que muitos fumantes podem encontrar dificuldades para parar de fumar, mas tanto a decisão de parar, como a decisão de começar a fumar e continuar fumando, dependem das particularidades de cada indivíduo e de motivação pessoal.¹⁵

As particularidades não reveladas estão ligadas a aspectos anatômicos neuronais, a aspectos relativos a distúrbios depressivos, a aspectos sociais e a muitos outros que fazem com que o ser humano se enrede por esse caminho escuro e sem volta que acaba levando-o à morte.

Se o consumidor já é tido como vulnerável quando em relações de consumo de maneira geral, nesse, que envolve o cigarro, deve ser considerado hipervulnerável, mesmo que a *Souza Cruz* diga e pergunte que

os riscos à saúde associados ao consumo de cigarros, inclusive o fato de que pode ser difícil parar de fumar, são de amplo conhecimento público e vêm sendo reforçados nos meios de comunicação de massa em todo o mundo e, notadamente, na sociedade brasileira, pelo menos desde o século XIX, por que, então se continua fumando?¹⁶

Pode-se em, contraponto, dizer e perguntar: se os riscos à saúde são amplamente conhecidos pelas empresas fabricantes de cigarros, por que elas não param de fabricar um produto que faz tanto mal ao consumidor?

¹⁵ SOUZA CRUZ. *O ato de fumar*. Disponível em: <http://www.souzacruz.com.br/group/sites/SOU_7UVF24.nsf/vwPagesWebLive/DO7V9MGN?opendocument&SKN=1>. Acesso em: 21 jul. 2011.

¹⁶ SOUZA CRUZ. *O ato de fumar*. Disponível em: <http://www.souzacruz.com.br/group/sites/SOU_7UVF24.nsf/vwPagesWebLive/DO7V9MGN?opendocument&SKN=1>. Acesso em: 21 jul. 2011.

Pela lógica consumerista, o consumidor é vulnerável no mercado de consumo, e essa vulnerabilidade, em muito, se deve à impossibilidade ou à dificuldade de entendimento das condições de risco dos produtos. É o que se costuma chamar “vulnerabilidade técnica”.

Nesse sentido, é de se lembrar que, no Brasil, mais de dez por cento das pessoas com mais de 15 anos são analfabetas e, entre os denominados *analfabetos funcionais*, a taxa sobe para mais de vinte e cinco por cento, ou seja, quase quarenta por cento da população não tem condições de entender os riscos a que estão sujeitos ao consumir produtos colocados no mercado. Isso no que se refere ao Brasil; no mundo estima-se que os analfabetos funcionais cheguem perto de 1 bilhão de pessoas, ou seja, 1 bilhão de pessoas não consegue entender o que lê.

Soma-se a esses aspectos que o início do ato de fumar, na massiva maioria, se dá na adolescência quando a incerção social exige do adolescente a prática de tabagismo, a ingestão de bebidas alcoólica e a prática de outros vícios do grupo.

Além desses pontos, é de se notar que grande parte dos consumidores de cigarros não acredita que o ato de fumar lhe fará mal. E esse descrédito é justificável porque ele presenciou várias pessoas que fumaram e que, pela sua interpretação, nada lhes aconteceu, embora, muitas delas tenham morrido de infarto do miocárdio que relacionam ao denominado “ataque cardíaco” e não pelo uso de cigarros.

O pressuposto de que todos têm informação e entendem o que esse ato ela significa é mais uma das tantas falácias criadas pela modernidade, como, por exemplo, “todos são iguais perante a lei”; “todos podem ter *e-mail*”; “todos conhecem as leis”.

São falácias jurídicas e sociais que, dissimuladas na sociedade, tomam ares de verdades, quando apenas representam engodos utilizados para dominar em busca do lucro.

As empresas fabricantes de cigarros, na realidade, se aproveitam da fragilidade do consumidor para vender seu produto e essa fragilidade é revelada em vários aspectos, como já

foi salientado. A própria *Souza Cruz* reconhece isso quando afirma que

fumar é um ato complexo e traz consigo um ritual que envolve vários sentidos, além de aspectos sociais, culturais e comportamentais. Fumantes descrevem desde o prazer de sentir um cigarro entre os dedos, até o sabor e aspectos visuais associados ao consumo do produto. Além disso, especialmente em ambientes sociais, o ato de fumar envolve uma “sensação de compartilhamento” com outros fumantes.¹⁷

Ora, a pergunta que envolve o porquê de fumar tem algumas das respostas apresentadas pelas próprias empresas fumageiras, como é o caso da citação acima, referente à *Souza Cruz*. Portanto, motivos para fumar parece que não faltam, pois o consumidor é levado a pensar que fumar faz parte do seu contexto de vida, e muito mais, que fumar pode auxiliá-lo a vencer vários aspectos de sua vida, sejam eles psíquicos, sejam eles ou sociais.

Voltando à nicotina que está presente no cigarro, a classe médica já se posicionou claramente sobre os efeitos viciantes que nela estão presentes. Mais uma vez, pode-se trabalhar com os dados fornecidos pela *Souza Cruz*:

O efeito farmacológico da nicotina – que apresenta um efeito estimulante, não muito diferente da cafeína, e também um efeito relaxante – é uma parte importante da experiência de fumar, pelo que cigarros sem nicotina têm mostrado pequena aceitação pelos fumantes. Contudo, a sensação proporcionada pelo ato de fumar não se restringe aos efeitos da nicotina.¹⁸

¹⁷ SOUZA CRUZ. *Fumo e saúde*. Disponível em: <http://www.souzacruz.com.br/group/sites/SOU_7UVF24.nsf/vwPagesWebLive/DO7V4KZ7?opendocument&SKN=1>. Acesso em: 22 jun. 2011.

¹⁸ SOUZA CRUZ. *O ato de fumar*. Disponível em: <http://www.souzacruz.com.br/group/sites/SOU_7UVF24.nsf/vwPagesWebLive/DO7V9MGN?opendocument&SKN=1>. Acesso em: 21 jul. 2011.

Convém notar que a empresa compara os efeitos da nicotina aos efeitos do café numa verdadeira indução do consumidor, ao erro mas se pode ficar apenas com as ideias estimulantes e relaxantes, dois bons motivos para se fumar, dependendo da situação em que se encontra o consumidor: depressão ou excitação. Mais uma vez, se utiliza da fraqueza, da vulnerabilidade do consumidor para aumentar a venda do produto. Esse aspecto da vulnerabilidade do consumidor é um elemento importante em toda essa relação de consumo, que envolve o consumidor e as empresas fabricantes de cigarros.

Vulnerabilidade é a palavra que fundamenta toda a proteção que deve ser dada ao consumidor. Os sentidos jurídicos emprestados às relações de consumo mudaram: antes o Direito era movido pela falácia de que “todos são iguais perante à lei”, o que induzia ao entendimento de que, as partes eram iguais para contratar e, por isso, não necessitavam de tratamentos jurídicos diferenciados. Hoje, o Direito respira novos ares. Houve um avanço significativo no entendimento das relações jurídicas e, em principal, nas relações jurídicas de consumo. Para essas, antes se falava em *comprador* e *vendedor*, hoje se fala em *consumidor* e *fornecedor*, ou seja, não se pode constinuar interpretando as relações jurídicas de consumo como se fossem as antigas relações de compra e venda regradas pelo Código Civil.

Assim, quando se fala em responsabilidade civil pelos danos causados ao consumidor pelo fato do produto denominado *cigarro*, se está diante de uma relação de consumo regrada pelo CDC, o que leva ao entendimento de que se o ato de fumar causa danos físicos ao consumidor, o fornecedor de cigarros é – pela responsabilidade objetiva estabelecida pelo CDC – obrigado a indenizar.

O livre-arbítrio e o ato de fumar

Tendo em vista que várias jurisprudências têm enfrentado, erroneamente, esse tema para a tomada de decisões sobre pedidos de indenização referentes a danos causados pelo ato de fumar, se

faz necessário, neste capítulo, discorrer sobre o assunto para esclarecer sobre a forma equivocada com que os juízes vêm trabalhando sobre essa matéria.

Em primeiro lugar, há de se abordar a legislação pertinente sobre o assunto para não se entrar diretamente em discussões metadogmáticas.

A discussão sobre indenização pelo fato do produto – no caso em pauta o cigarro – insere-se na Seção II, do Capítulo IV, da Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, sobre a rubrica “Da Responsabilidade pelo Fato do Produto e do Serviço”.

O artigo 12 estabelece:

O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, **independentemente da existência de culpa**, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos. (Grifo nosso).

O elemento destacado – *independentemente da existência de culpa* – reporta o jurista à denominada *responsabilidade objetiva*. No caso da responsabilidade objetiva, a doutrina é unânime em aceitar como elementos que devem ser analisados para a verificação da indenização os seguintes dados: dano, defeito e nexos causal entre defeito e dano. Logo, não se concebe a análise da ideia de *livre-arbítrio* em casos levados ao Judiciário para a discussão de indenização por danos ao consumidor, provocados pelo tabagismo ou por qualquer outra relação jurídica que envolva acidente de consumo.

Embora o disposto, o discurso mais utilizado para se negar procedência a uma ação ou ao tabagismo, discutido como provocador de um dano físico ao consumidor, é o livre-arbítrio.

Alguns juízes ainda estão centrados no fato de que é escolha do consumidor iniciar ou parar de fumar, sem dar a correta dimensão da responsabilidade do fornecedor que coloca um produto altamente perigoso – e viciante – ao alcance do consumidor, no mercado.

Para se dar a exata dimensão do que se está falando, passa-se a discorrer sobre o livre-arbítrio, já que esse vem sendo abordado, sistematicamente, nas decisões judiciais. Livre-arbítrio é a faculdade de escolha, é a liberdade de escolha entre opções proporcionadas ao ser humano para que ele possa optar por seguir uma ou outra. É o arbítrio determinado pelas razões que, por sua vez, induzem a determinar o grau de culpa àquele que faz a opção. Logo, quando se fala em livre-arbítrio, está-se falando em imputar ou não culpa à pessoa que faz a opção – no caso em pauta, o consumidor.

Neste momento, uma pergunta pode ser deixada no ar para que se pense: “Fala-se muito em muito em livre-arbítrio, mas, sinceramente, o usuário de uma droga (nicotina) que causa dependência exerce liberdade ou sucumbe à sua necessidade?”¹⁹ Nesse diapasão, pode-se trabalhar, também, com publicidades que, conforme explica Martins Costa,

antigamente eram veiculadas propagandas sobre cigarros, onde todos eram jovens, bonitos e com certo poder. Essas propagandas buscavam incentivar o uso [de] cigarro, fazendo com que os consumidores, pensassem que iriam adquirir este poder por usá-lo, e assim estar inserido em uma sociedade bonita e glamurosa. Fumar era visto como uma norma social.²⁰

¹⁹ CRUZ, Guilherme Ferreira. A responsabilidade civil das empresas fabricantes de cigarros. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 47, p. 91, 2003.

²⁰ COSTA, Judith Martins. O dever de informar do fabricante sobre os riscos do tabagismo. In: LOPEZ, Teresa Ancona (Coord.). *Estudos e pareceres sobre livre-arbítrio, responsabilidade e produto de risco inerente*. O paradigma do tabaco: aspectos civis e processuais. Rio de Janeiro: Renovar, 2009. p. 280.

Nesse caso,

uma alegação inicial que tradicionalmente costuma ser invocada é de que a liberdade do consumidor seria ilicitamente perturbada antes mesmo de que ele venha a adquirir tais produtos. Isto é, a suposição de que aquele que ainda não é consumidor seria ilegalmente manipulado, privado de seu concreto discernimento, para iniciar o consumo de tabaco. O mecanismo de efetivar esta suposta manipulação seria a publicidade, que seria dotada de poderes quase mágicos.²¹

A pergunta agora a se fazer é: Esse estágio pode ser relegado ao passado? É claro que não, por dois motivos: a) porque as demandas que estão sendo movidas, agora, são exatamente daqueles que, induzidos por uma publicidade maciça, foram enganados, induzidos ao erro, e após fumarem durante décadas encontram-se às portas da morte ou, em outros casos já morreram, e as demandas estão sendo intentadas pelas famílias; b) porque esse estágio ainda persiste através das publicidades, agora, de forma indireta. Ainda se tem hoje a visão de poder que está no fumo, ou seja, a maioria dos fumantes inicia na adolescência o uso do tabaco, por ser um período de busca de sua autoidentidade e acabam por ver no fumo uma forma de inserção em determinados grupos, tendo o sentimento de poder, de segurança diante dos outros.

Mesmo tendo havido certa restrição nas publicidades, a visão de poder que o fumo passa, hoje, ainda pode ser visto no ato dos fumantes, quando exercem o ato de fumar, pois passam às pessoas um ar de prazer, poder e segurança. A publicidade está nos próprios consumidores. “Os pais, parentes, amigos fumantes,

²¹ MORAES, Maria Celina Bodin de. Liberdade individual, acrasia e proteção da saúde. In: LOPEZ, Teresa Ancona (Coord.). *Estudos e pareceres sobre livre-arbitrio, responsabilidade e produto de risco inerente*: Rio de Janeiro. O paradigma do tabaco: aspectos civis e processuais. Renovar, 2009. p. 346.

exercem influência em relação àqueles que não fumam, principalmente atores e cantores famosos, assim induzindo jovens à imitação, à curiosidade de saber como é fumar, vendo o ato de fumar como uma autoafirmação.”²²

Por outro lado, a publicidade continua sendo vista em eventos onde as fornecedoras de tabaco são as que apoiam ou patrocinam eventos de diversos assuntos, como sustentabilidade, esporte – corridas de automóveis, etc. “Assim, não há que se falar em opção livre nem mesmo com relação aos jovens, pois, desde o surgimento das indústrias fumageiras, sempre houve a demonstrada propaganda apelativa”,²³ mesmo que indiretamente. Depois do primeiro cigarro, a nicotina vicia e altera a vontade do ser humano, não deixando que pare de fumar. O cigarro é uma imposição da sociedade moderna ao indivíduo que deseja estar nela inserido.

O livre-arbítrio também é apontado com a possibilidade de se deixar de fumar. Nesse contexto, “a nicotina não pode ser apontada como o motivo primário pelo qual as pessoas fumam; por certo, ao causar dependência química, representa o maior obstáculo para a interrupção do vício”.²⁴

As fornecedoras de tabaco e muitos doutrinadores alegam ser do direito de livre escolha a decisão do consumidor começar ou parar de fumar, e que é necessário apenas a força de vontade para isso, pois muitas pesquisas já demonstraram que é possível parar de fumar, até mesmo sem ajuda médica, como se a nicotina não causasse nenhuma dependência. O importante é salientar que as indústrias fumageiras colocam no mercado um produto que causa dependência – vicia porque contém componentes químicos que têm a propriedade de viciar o consumidor – e depois, jogam a responsabilidade – culpa – no próprio consumidor, que não

²² Tabagismo INCA. *Porque as pessoas fumam?* Disponível em: <<http://www1.inca.gov.br/tabagismo/frameset.asp?item=atento&link=porque.htm>>. Acesso em: 28 jun. 2011.

²³ GONÇALVES, Mauro Caum. Ação de indenização por danos morais contra indústria tabagista. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 66, p. 362, 2008.

²⁴ CRUZ, Guilherme Ferreira. A responsabilidade civil das empresas fabricantes de cigarros. *Revista de Direito do Consumidor* 47, São Paulo: RT, 2003. p. 92.

consegue parar de fumar, devido à droga viciante que contém o cigarro – a nicotina.

Sintetizando o disposto neste item, pode-se notar que a discussão sobre o livre-arbítrio não pode deixar de imputar responsabilidade às empresas fumageiras por alguns motivos básicos, pois que essa é uma discussão metajurídica, vez que, vinculada à culpabilidade, há dispositivos legais consumeristas que trabalham entorno da responsabilidade objetiva induzindo ao erro de se entender que a responsabilidade do fornecedor, nos casos de responsabilidade por danos ao consumidor por insegurança do produto, seria subjetiva e não objetiva conforme dispõe o artigo 12 do CDC.

Considerações finais

Um produto que mata 200 mil pessoas anualmente, só no Brasil, é uma verdadeira epidemia, um caso de calamidade pública que não pode ser desconsiderado pelos entes público – Legislativo, Executivo e Judiciário – que possuem, efetivamente, a responsabilidade de dar proteção ao cidadão que paga seus impostos e espera do Estado a mínima proteção, principalmente quando se trata da saúde.

Pelo disposto neste capítulo, fica claro que o mercado do fumo é altamente lucrativo para os fornecedores, porém essa lucratividade – anualmente, quase 300 milhões de dólares em todo o mundo e 5 bilhões de dólares só no Brasil – tem um preço muito elevado – dependência, danos físicos irreparáveis, morte – para ser desconsiderado pelo Estado.

Por outro lado, o Direito – legislação –, embora atue diretamente sobre as publicidades, obrigando a informação de danos à saúde nas carteiras de cigarro, não possui uma atuação direta sobre a coibição de venda dos cigarros ou indenização pelos danos provocados pelo fumo em legislação própria contra o fumo, possui normativas de fácil interpretação para, pelo menos, serem indenizados aqueles que sofrerem danos físicos pelo uso de cigarro.

Essas normativas, comentadas no presente trabalho, estão dispostas claramente na Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990 – CDC em particular, os artigos 10 e 12 do código. O primeiro proíbe a colocação no mercado de produtos que sabe (ou deveria) saber que apresentam alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde do consumidor; o segundo obriga o fornecedor a indenizar ao consumidor por danos causados, *independentemente da existência de culpa*, pelo defeito do produto.

Outro aspecto que vem sendo ventilado como possibilidade da não indenização ao consumidor é do denominado *livre-arbítrio*, que se caracteriza como uma análise metajurídica longe das interpretações consumeristas. Os novos Direitos – e aqui se inclui o Direito do Consumidor – estabelecem novos elementos interpretativos e fortalecem a responsabilidade objetiva como forma de minimizar a vulnerabilidade de uma das partes da relação jurídica – seja ela individual, seja ela coletiva.

Assim, tendo em vista que neste trabalho não se pretende fazer panfletário em prol do não tabagismo e sim um processo analítico-jurídico que esclareça acerca das possibilidades de indenização pelos danos provocados pela fumo é de se salientar a *teoria do risco*, segundo a qual, aquele que coloca o produto no mercado assume um risco pelos danos provocados por ele aos consumidores. Como se pode notar, todas as argumentações traçadas neste capítulo levam, estritamente, a interconexões jurídicas doutrinárias e/ou legislativas que demonstram claramente a obrigação de indenizar os consumidores – ativos ou passivos – que sofrerem danos devido ao hábito de fumar.

No caso específico do Direito do Consumidor, o tema aqui disposto – fumo – é altamente visível a vulnerabilidade do consumidor – fumante – ante o seu fornecedor – fumageiras – tanto no âmbito econômico, quanto no técnico; por isso indiscutível é a aplicação da legislação consumerista às relações jurídicas, que envolvem a discussão de indenizações aos consumidores – fumantes – que sofrerem danos pelo uso de tabaco.

Ainda: é de se chamar a atenção à enormidade dos danos causados em todo o mundo pelo tabagismo o que torna a proteção do consumidor um verdadeiro caso de humanismo. A humanidade sobre uma verdadeira epidemia quando se fala em danos provocados pelo cigarro: o tabagismo é a principal causa de morte evitável do mundo; estudos já consideram a alteração do DNA do fumante provocado pelos agentes químicos do cigarro; no mundo, morrem, anualmente, 5 milhões de pessoas devido aos danos provocados pelo cigarro; mais de 400 pessoas morrem por dia no Brasil em consequência do hábito de fumar o que leva a uma estimativa de mais de 150 mil mortes por ano. Atuar juridicamente sobre esse mal – o tabagismo – e suas consequência é, verdadeiramente, um caso de humanismo vinculado ao consumo.

Referências

ANVISA. *Imagens de alerta nas embalagens de cigarros entram em vigor*. Disponível em: <http://portal.anvisa.gov.br/wps/portal/anvisa/home/derivadostabaco!/ut/p/c4/04_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3hnd0cPE3MfAwMDMydnA093Uz8z00B_A3cnI_2CbEdFAFjPb9w!/?WCM_PORLET=PC_7_CGAH_47L00GOE90IOR99UI130O1_WCM&WCM_GLOBAL_CONTEXT=/wps/wcm/connect/anvisa/anvisa/sala+de+imprensa/noticias/imagens+de+alerta+nas+embalagens+de+cigarros+entram+em+vigor>. Acesso em: 29 de jun. 2011.

COSTA, Judith Martins. O dever de informar do fabricante sobre os riscos do tabagismo. In: LOPEZ, Teresa Ancona (Coord.). *Estudos e pareceres sobre livre-arbítrio, responsabilidade e produto de risco inerente*. O paradigma do tabaco: aspectos civis e processuais. Rio de Janeiro: Renovar, 2009. p. 280.

CRUZ, Guilherme Ferreira. A responsabilidade civil das empresas fabricantes de cigarros. *Revista de Direito do Consumidor* 47, São Paulo: RT, 2003.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. *Programa de responsabilidade civil*. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

DENARI, Zelmo. Da qualidade de produtos e serviços, da prevenção e da reparação dos danos. In: GRINOVER, Ada Pellegrini et al. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor*: comentado pelos autores do anteprojeto. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007. p. 183.

GONÇALVES, Mauro Caum. Ação de indenização por danos morais contra indústria tabagista. *Revista de Direito do Consumidor* 66, São Paulo: RT, 2008.

GRINOVER, Ada Pellegrini et al. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor*: comentado pelos autores do anteprojeto. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

MORAES, Maria Celina Bodin de. Liberdade individual, acrasia e proteção da saúde. In: LOPEZ, Teresa Ancona (Coord.). *Estudos e pareceres sobre livre-arbítrio, responsabilidade e produto de risco inerente*.

Rio de Janeiro. O paradigma do tabaco: aspectos civis e processuais. Renovar, 2009. p. 346.

PEREIRA, Agostinho Oli Koppe. *Responsabilidade civil por danos ao consumidor causados por defeitos dos produtos: a teoria da ação social e o direito do consumidor*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2003.

PEREIRA, Caio Mário da Silva. *Responsabilidade civil*. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1994.

PHILIP MORRIS. *Ingredientes*. Disponível em: <http://www.pmi.com/esp/our_products/ingredients/pages/ingredients.aspx>. Acesso em: 21 jul. 2011.

PHILIP MORRIS. *Regulamentação eficaz*. Disponível em: <http://www.pmi.com/marketpages/Pages/market_pt_br.aspx>. Acesso em: 21 jul. 2011.

SOUZA CRUZ. *Fumo e saúde*. Disponível em: <http://www.souzacruz.com.br/group/sites/SOU_7UVF24.nsf/vwPagesWebLive/DO7V4KZ7?opendocument&SKN=1>. Acesso em: 22 jun. 2011.

SOUZA CRUZ. *O ato de fumar*. Disponível em: <http://www.souzacruz.com.br/group/sites/SOU_7UVF24.nsf/vwPagesWebLive/DO7V9MGN?opendocument&SKN=1>. Acesso em: 21 jul. 2011.

INCA. *Porque as pessoas fumam?* Disponível em: <<http://www1.inca.gov.br/tabagismo/frameset.asp?item=tento&link=porque.htm>>. Acesso em: 28 jun. 2011.

INCA. *Tabagismo: dados e números: Tabagismo no Brasil*. Disponível em: <<http://www1.inca.gov.br/tabagismo/frameset.asp?item=da dosnum&link=brasil.htm>>. Acesso em: 28 jun. 2011.

TERRA. *Iraque: 7 anos de guerra deixam mais de 100 mil civis mortos*. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/mundo/noticias/0,,OI4659095-EI308,00-Iraque+anos+de+ guerra+deixam+mais+ de+mil+civis+mortos.html>>. Acesso em: 21 jul. 2011.

VARELLA, Dráuzio. *Crime e castigo*. Disponível em: <<http://drauziovarella.com.br/dependencia-quimica/tabagismo/crime-e-castigo/>>. Acesso em: 22 jun. 2011.

VARELLA, Dráuzio. *De gravata ou revólver na mão*. Disponível em: <<http://drauziovarella.com.br/dependencia-quimica/tabagismo/de-gravata-ou-revolver-na-mao/>>. Acesso em: 21 jul. 2011.

VENOSA, Sílvio de Salvo. *Direito Civil: responsabilidade civil*. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

Relações de consumo e humanismo: efeitos, reflexos e consequências

Aloísio Ruscheinsky*
Cleide Calgaro**

Introdução

A reflexão, desenvolvida por meio do presente estudo, tem como objetivo principal a interpretação de alguns nexos existentes entre indivíduo e sociedade e os reflexos trazidos pelo consumo. As novas relações sociais, engendradas pela lógica do consumo, atuam como um sistema de representação social no qual se destaca o imaginário em que se diluem inteiramente as relações de poder. As relações de consumo ultrapassam o âmbito dos objetos e dos indivíduos, criam uma lógica de relações sociais. Na sociedade contemporânea vislumbraram-se objetos circulando livremente e intensamente nas negociações comerciais pelo mundo, ao mesmo tempo, podemos apreciar indivíduos ensaiando passos em meio às mercadorias ou tornando os objetos de consumo e de desejo as mediações da constituição do seu cotidiano.

As ciências sociais servirão como mediação para a interpretação da complexidade das relações sociais a serem enfocadas. Nesse sentido, além das atribuições próprias no âmbito do conhecimento, essas podem colaborar no alargamento de uma consci-

* Doutor em Ciências Sociais; professor no PPGCS na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), pesquisador na área de Sociologia Ambiental.

** Doutoranda em Ciências Sociais pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos); Mestre em Direito pela Universidade de Caxias do Sul (UCS); Professora na UCS; Pesquisadora no Grupo de Pesquisa “Metamorfose Jurídica” da UCS.

ência social pautada no alargamento de direitos em oposição à diferenciação operada pelo consumo individual.

Esta análise está construída obedecendo a três passos sucessivos em cujo enfoque destacam-se as consequências das novas relações sociais engendradas a partir dos efeitos dessa relação e do alastramento de uma cultura de consumo. Num primeiro momento, serão analisados alguns aspectos peculiares da sociedade moderna. Logo após, num segundo momento, se verificará a relação de consumo existente na sociedade e os seus reflexos. E, por fim, se fará a junção dos elementos do humanismo em face das relações de consumo, a fim de entender os efeitos.

Humanismo e consumerismo

O humanismo encontra-se quase de forma permanente numa encruzilhada onde confluem (ou se desencontram) a ciência, a tecnologia, a investigação social e a constante reflexão sobre as perspectivas da sociedade contemporânea. A visão crítica, relacionada às particularidades da leitura do humanismo como movimento cultural, ressalta o fato de que esse acentua a separação entre sociedade e meio ambiente, entre cultura e natureza. O humanismo funda-se como uma característica e uma expectativa do pensamento ocidental, que pretende ser visto como um estágio mais avançado do que outras cosmologias em que os nexos com o meio natural são intrínsecos.

Ante a interpretação das situações de dificuldades com a qual se defronta a opção humanista, cabe buscar consistência às mediações e se confrontar continuamente com os questionamentos de uma sociologia crítica. A sociedade moderna foi lentamente compondo a visão do antropocentrismo, do individualismo, do hedonismo, da estética e da liberação dos costumes. Essas dimensões criam novos significados com a expansão da Revolução Industrial, especialmente na medida em que essas ressaltam de que importa o bem-estar material, o consumo, com ou sem as condições financeiras para a sua realização imediata.

Para avançar na reflexão, cabe destacar que, na conjunção dos fatores destacados, vários autores, muito antes de nossa época, ou teorias tentaram refletir sobre as mudanças na sociedade com a emergência do consumismo há mais de um século: com Weber, a cultura engendradora com a ética protestante está associada à capacidade de expansão do consumo; ao mesmo tempo, destaca um desencantamento com a predominância da dimensão econômica e a racionalidade instrumental; com a contribuição de Sombart, temos uma reflexão sobre as práticas luxuosas no capitalismo e os novos modos de diferenciação social; com as reflexões de Simmel, o individualismo moderno é o fundamento da socialização e passa a ser compreendido como um dos motores fundamentais nas grandes cidades, mas, ao mesmo tempo, delinea as consequências das novas tecnologias; se bem que existem outras investigações do início do século XX que dão conta de períodos de incremento consumista com o desenvolvimento do comércio e o crescimento urbano.

Alguns aspectos a destacar da teoria crítica de Simmel giram em torno das formas de sociabilidade e das ambigüidades da invenção da contemporaneidade. Ao mesmo tempo, nesse autor, localizamos algumas repercussões quanto às estratégias dos indivíduos para enfrentar o processo de mudanças em curso nas metrópoles onde a vida cotidiana torna-se uma alucinação. Fenômenos estruturantes da modernidade estão no horizonte de Simmel quando trata, em suas abordagens, do dinheiro, da vida social, mental e cultural nas grandes cidades, da mercantilização do estético, da moda e do corpo.¹ Nessas circunstâncias, a cultura da sociedade industrial gera problemas de alienação do indivíduo e da redução do potencial de individualidade resultante das trocas externas e internas ininterruptas, vividas nas metrópoles.² Nessa perspectiva se compreende a individualização como

¹ TEDESCO, João Carlos. Georg Simmel e as ambigüidades da modernidade. *Ciências Sociais Unisinos*, Leopoldo, v. 43, n. 1, p. 57-67, 2007.

² SIMMEL, Georg. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, O. G. (Org.). *O fenômeno urbano*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979. O estilo de vida urbano fascina pela condição de acesso ao consumismo de novos bens com uma concomitante alteração de costumes e mentalidades, na busca incessante de prestígio e reconhecimento, alterando símbolos e preferências, com deslocamento de significados.

sendo a outra face da socialização e, como tal, não faz sentido a simples oposição do indivíduo à sociedade.

Conforme Simmel, com o advento das metrópoles e a multiplicação dos processos produtivos, o dinheiro se torna um fator primordial na sociedade. Isso remete a um conjunto de ressignificações ou afirmações culturais ante as relações de troca que fazem emergir novas crenças em cujas reflexões críticas adquire sentido referir-se ao dinheiro como o “Deus da modernidade” devido ao seu papel decisivo na conformação das relações sociais no sistema capitalista. Por isso, para Simmel,³ “o dinheiro abriu, para o homem singular, a chance à satisfação plena dos seus desejos numa distância muito mais próxima e mais cheia de tentações. Existe a possibilidade de ganhar, quase com um golpe só, tudo que é desejável”. A expansão da adoção do dinheiro amplia as condições do humanismo e reformula as relações sociais ou aparece como mediador das relações atribuindo ao indivíduo urbano uma dimensão universal.

Nesse sentido, na visão de Stecher, “o dinheiro ocupa na obra de G. Simmel um lugar de destaque. Para ele, não é o capitalismo, mas a economia do dinheiro que determina as relações sociais na sociedade moderna”.⁴ Simmel desenvolve uma teoria do valor, que se exprime nas relações de troca, na circulação de mercadorias, na velocidade do consumo no início do século XX. Isso permite que Stecher afirme sobre as inovações contemporâneas que

³ SIMMEL, Georg. O dinheiro na cultura moderna. In: SOUZA, Jessé; OËLZE, B. (Org.). *Simmel e a modernidade*. Brasília: Ed. da UnB, 1998. p. 35. Essa mesma dimensão modifica profundamente a noção de liberdade, pois que certa quantidade de dinheiro permite pagar para a realização dos mais variados desejos. “Do mesmo modo que a maioria dos homens modernos precisa ter diante dos olhos, na maior parte da vida, o ganho de dinheiro como motivação mais próxima, forma-se a idéia de que toda a felicidade e toda satisfação definitiva na vida são ligadas, intrinsecamente, à posse de uma certa forma de dinheiro.” (SIMMEL, 1998, p. 33).

⁴ STECHER, Heinz. Georg Simmel: dinheiro: a solidez do efêmero. *Revista Caderno CRH*, Salvador, n. 22, p. 185-191, jan./jun. 1995. Importa destacar que a ênfase do autor em questões do cotidiano (como traço distintivo da modernidade) se expressa na sensibilidade para acolher, na abordagem, o transitório, o fugaz, o efêmero, o descontínuo.

o dinheiro cria entre sujeitos e objetos uma “desconexão objetiva” e na relação inter-subjetiva, uma “desconexão pessoal”. Em ambos os casos, uma nova relação se reconstrói a partir dele. Para Simmel, associações tornam-se, no âmbito da economia do dinheiro, meras associações instrumentais, motivadas pelo interesse do lucro.⁵

A partir do dinheiro, o homem pode conseguir o que estiver ao alcance do imaginado, comprar seus bens de consumo e o sucesso, a aceitação e a inclusão dentro de algumas estratificações sociais. Ao transformar o pensamento humano, bem como ao alargar a possibilidade de alheamento das posses, o dinheiro atua aqui como mediador entre os indivíduos e os bens de consumo e entre esses e a sociedade.

O ser humano acaba se voltado para uma intensificação da visão antropocêntrica desvinculando-se da ideia que deve viver em harmonia consigo, com os entes que compõem a sociedade e mesmo com a natureza. A afeição às ciências e às tecnologias permite o sonho em que os indivíduos acabam se considerando donos e senhores de si, da sociedade e de toda a natureza, pois que o dinheiro impera nas relações humanas.

A exposição sobre o nexo entre abrangência do humanismo na modernidade e advento do consumerismo complementa-se com uma tentativa de compreender as concepções acerca do (i)limitado espaço do humano ou, se, de fato, existe um distanciamento abissal entre o humano, o inumano ou o não humano. É com a modernidade que a passagem das fronteiras torna-se mais nitidamente estabelecida, sendo que a ousadia do antropocentrismo torna-se uma realidade efetivada pelos avanços científicos e tecnológicos, bem como pela ampliação do acesso aos recursos naturais e pela especialização do consumo. Instaura-se, com vigor, a reivindicação de uma só vez da proprieda-

⁵ STECHER, Heinz. Georg Simmel: dinheiro: a solidez do efêmero. *Revista Caderno CRH*, Salvador, n. 22, p. 185-191, jan./jun. 1995.

de sobre todas as coisas que podem se traduzir em mercadoria e sua superioridade sobre toda a natureza, cujos requisitos se traduzem em excelência ao mesmo tempo incondicional e sacrificial.⁶ Isto é, tudo pode ser sacrificado para atender ao ímpeto consumerista como uma nova racionalidade, mesmo que ao custo de degradação dos ecossistemas e de manutenção de relações neocoloniais entre países.

A sorte dos ecossistemas ante a sociedade de consumo

A representação das atividades humanas vai muito além de registrar o espetáculo da natureza, mas supõe uma humanização imprimindo sobre a face da Terra a marca de símbolos como linguagem de inteligibilidade. Diante desse fenômeno, salienta Prigogine as múltiplas interconexões que

hoje, não temos mais medo da “hipótese indeterminista”. Ela é a conseqüência natural da teoria moderna da instabilidade e do caos. E confere um significado físico fundamental à flecha do tempo, sem a qual somos incapazes de compreender os dois principais caracteres da natureza: sua unidade e sua diversidade. A flecha do tempo, comum a todas as partes do universo, é testemunha desta unidade. O futuro de vocês é meu futuro, o futuro do Sol é o de qualquer outra estrela.⁷

⁶ DERRIDA, Jacques. *O animal que logo sou*. Trad. de Fábio Landa. São Paulo: Unesp, 2002. Derrida reflete sobre aspectos inusitados para desconstruir as montagens da publicidade, o imaginário socialmente construído e não ao acaso, cujo consumo significa sempre a escolha de um objeto entre objetos, destituindo-se os conteúdos e os sentidos destituídos de utilidade, pois não têm mais finalidade. Nesse sentido, a própria imagem do corpo humano pode tornar-se disfuncional e desandar como um objeto que requer contínuos aperfeiçoamentos.

⁷ PRIGOGINE, Ilya. *O fim das certezas: tempo, caos e as leis da natureza*. Trad. de Roberto Leal Ferreira. São Paulo: Ed. da UEP, 1996. p. 58. Na visão de François Ost, a visão

A visão ecossistêmica, ou concepção sistêmica, se compreende como uma abordagem integrada dos problemas e das resoluções em face das mudanças ambientais. Ante os conflitos socioambientais, prevê a participação ativa na avaliação de impactos ambientais, bem como entende fundamental as contribuições de diferentes vertentes para o estabelecimento de soluções norteadoras às ações de proteção ambiental. Uma interrogação sempre se põe: se não basta um quadro geral da situação dos principais ecossistemas brasileiros, dando ênfase às respectivas ameaças, cada ecossistema regional ou local possui peculiaridades. Conforme Branco afirma, a vigência de uma racionalidade, a partir de abordagem integrada, aponta para a tese da excepcionalidade:

O que identifica o homem como um “ser especial” é o fato de não agir apenas por instinto: é a sua liberdade permitida pela racionalidade. A liberdade – mais ainda que a racionalidade – constitui o atributo exclusivo do ser humano, tornando-o “convencional”.⁸

O medo e as incertezas, na sociedade contemporânea da liberdade e da igualdade formal, não cessam de se desdobrar, antes se transmutam, cujo exemplo vigoroso é a busca desenfreada por reconhecimento: “O medo de se tornar ninguém e coisa

mecanicista provém de Descartes e de outros pensadores: “É em Descartes e noutros pensadores eruditos do seu século que procuraremos os indícios, mais claros, do redemoinho que conduz hoje a uma tal ruptura entre o homem e a natureza. Como qualquer outra espécie natural, o homem, só pela sua presença, pesa sobre os ecossistemas que o abrigam; como qualquer outro ser vivo, o homem retira recursos para assegurar a sua sobrevivência e rejeita matérias usadas. Além disso, e ao contrário das outras espécies, o homem simboliza; não se contentando nunca em registrar o espetáculo da natureza, ele forja uma determinada representação desta, um conjunto de imagens que condicionarão os usos que se achará autorizado a fazer dela. Assim, o homem humaniza a Terra, imprime-lhe a sua marca física e reveste-se de símbolos que a fazem falar uma linguagem para ele inteligível. O homem moderno, liberto de todas as amarras cosmológicas, transforma descomedidamente o mundo natural com a sua tecnologia.” (OST, François. *A natureza à margem da lei: a ecologia à prova do Direito*. Trad. de Joana Chaves. Lisboa: Portugal: Instituto Piaget, 1995. p. 30-31).

⁸ BRANCO, Samuel Murgel. *Ecossistêmica: uma abordagem integrada dos problemas do meio ambiente*. 2. ed. São Paulo: E. Blücher, 1999. p. 153.

alguma, de ser descartado e banalizado, o medo daquilo que não se vê.”⁹ Essa é a base de uma época da indeterminação ou da pobreza da interpretação, bem como uma obcecada tendência a afirmar o sucesso ante um possível processo cruel de nulificação e descartabilidade.

Cuidar da sorte e do destino dos ecossistemas implica refazer as bases de sustentação do antropocentrismo e do consumismo. Importante se faz buscar uma visão mais moderada, ou seja, menos individualista, hedonista e ufanista, longe da preponderância absoluta da visão antropocêntrica.

O desenvolvimento da ciência e da tecnologia habilitou o ser humano para extorquir do ecossistema os saberes para dominá-lo completamente e atribuiu um tal poder à sociedade sobre a biodiversidade, de tal forma que hoje, além do domínio, é possível cogitar a criação da natureza. Nesse sentido, se existe a caracterização explícita de promessas não cumpridas, o excesso também está configurado na dilapidação de recursos ambientais e na produção da escassez. De acordo com Santos,¹⁰ a promessa da dominação de natureza foi cumprida de modo perverso sob a forma de destruição da natureza e de crise ecológica.

Sem desistir da perspectiva crítica, convém reconhecer que os cidadãos não se veem completamente anulados ante o poderio econômico,¹¹ a razão instrumental e a tentação tecnológica, uma vez que existe um longo e sinuoso percurso de alargamento da agenda dos direitos humanos. Sob o ponto de vista ambiental, o antropocentrismo projetou dois movimentos contraditórios,

⁹ MARTINS, José de Souza. *A sociedade vista do abismo*. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 20. Na sociedade da abundância, os direitos sociais passaram a ser desqualificados, quando não banalizados para serem descartados; este processo encontra-se circunscrito pela ideologia que os direitos são ordinariamente traduzidos por privilégios. Da mesma forma, se banaliza ou se naturaliza a pobreza ou a desumanização de grande parcela da população que não tem a possibilidade de conquistar certos níveis de consumo.

¹⁰ SANTOS, 2000.

¹¹ A promessa de liberdade, igualdade e fraternidade destoa ante a opulência vigente nos países capitalistas avançados e em face dos milhões que morrem de fome e de sede

senão opostos, fundamentou a emergência dos direitos humanos, tanto quanto alicerçou o desenvolvimento da sociedade de mercado. Nessa, os sujeitos de direitos ocupam o seu espaço especialmente na medida em que são sujeitos e objetos de consumo: o cidadão assume o posto de consumidor, desqualificando a quem não acessa o modo de consumir material e imaterial.

Ante essa crise ambiental profunda, igualmente como crise da racionalidade ocidental e civilizatória, alguns autores propõem como relevante que se busque uma visão biocêntrica, o que, na ótica de Nalini,

somente a ética pode resgatar a natureza, refém da arrogância humana. Ela é a ferramenta para substituir o deformado *antropocentrismo* num saudável *biocentrismo*. Visão biocêntrica fundada sobre quatro alicerces/convicções: “a) a convicção de que os humanos são membros da comunidade de vida da Terra da mesma forma e nos mesmos termos que qualquer outra coisa viva é membro de tal comunidade; b) a convicção de que a espécie humana, assim como todas as outras espécies, são elementos integrados em um sistema de interdependência e, assim sendo, a sobrevivência de cada coisa viva bem como suas chances de viver bem ou não são determinadas não somente pelas condições físicas de seu meio ambiente, mas também por suas relações com os outros seres vivos; c) a convicção de que todos os organismos são centros teleológicos de vida no sentido de que cada um é um indivíduo único, possuindo seus próprios bens em seu próprio caminho; d) a convicção de que o ser humano não é essencialmente superior às outras coisas vivas. Esse o verdadeiro sentido de um “existir em comunidade”.¹² (Grifo do autor).

ainda no século XXI. As violações dos direitos humanos de uma nação com riqueza e consumo profuso sobre outras ou em países vivendo formalmente sob o regime democrático ainda contemplam proporções avassaladoras.

¹² NALINI, José Renato. *Ética ambiental*. Campinas: Millennium, 2001. p. 3.

A discussão sobre o significado do humanismo e a visão do seu esgotamento situam-se também no estabelecimento de nexos e distanciamentos entre ecocentrismo, antropocentrismo e biocentrismo. Essas posturas científicas e ideológicas estão no âmbito do movimento ambientalista, mas, ao mesmo tempo, estão no cotidiano da academia e dos direitos dos cidadãos. Para uns trata-se de evidenciar as características antagônicas visando a adotar orientações discursivas e práticas sociais, enquanto para outras interpretações caberia iluminar de forma adequada as inexoráveis conexões.¹³ A realidade é entendida na sua composição multifacetada cujo campo é composto por diversos interesses configuradores de agendas e de lutas. Sem aderir às argumentações de alarme ecológico, o biocentrismo comparece como uma mediação em que se imbricam as visões de natureza, de humanismo, de tecnologia e de ideologias. O foco de interpretação que se inscreve nas agendas políticas do cotidiano acentua a reformulação das práticas sociais ou dos modos de vida dos indivíduos, bem como do imaginário para elaborar as reivindicações contendo como centralidade a defesa da vida. Todavia, o enfoque crítico a partir das ciências sociais pode implicar a rejeição de qualquer tipo de nova centralidade ou forma de hierarquia uma vez que critica a subordinação da natureza pela sociedade.

As relações sociais de consumo (dentro de uma ótica de sociedade biocêntrica) tendem a melhorar e a serem menos desagregadoras e propulsoras de injustiças socioambientais e de estratificações sociais.

¹³ LEIS, Hector. Bases teóricas para a sustentabilidade no século XXI. In: GUERRA, Antonio F. S.; FIGUEIREDO, Mara L. (Org.). *Sustentabilidades em diálogos*. Itajaí: Univali, 2010.

As relações de consumo: seus efeitos sociais

A cultura de consumo cresce a cada dia, sendo que a predominante mola propulsora assenta-se na publicidade, no *marketing* associado aos bens, sendo que o mesmo acaba por induzir os consumidores a um imaginário de inserção material, independentemente do valor de uso, portanto, necessariamente desvinculado da qualidade de vida.

O cotidiano fica impregnado de alternativas que, em tudo, parecem depender de escolhas subjetivas e que, por vezes, se perdem na massificação de consumo. As escolhas podem se desestruturar e se volatizar na cadeia consumerista, na qual a arte de consumir acaba caindo na ambiguidade da posse de informação. Dessa forma, os valores éticos não se indexam efetivamente aos padrões da cultura socioambiental, pois os indivíduos adquirem a condição de atores dentro do palco social, representando e sendo espectadores ao mesmo tempo.¹⁴ Ou seja, surgem as máscaras com que cada um desempenha seu papel dentro do contexto social, sendo uma metáfora da vida social, um teatro, onde cada um desempenha seu carnaval. Dessa maneira, subsume o humanismo do consumidor que não faz mais que desempenhar um papel dentro do palco social moderno muitas vezes sendo ludibriado pela informação, pelo marketing e pela falta de educação acerca do consumo responsável.

Todavia, tanto Baudrillard¹⁵ quanto Lipovetsky¹⁶ debruçam-se sobre os significados e as atribuições simbólicas das escolhas de consumo, assinalando que o consumidor recria ou ressignifica a sua identidade através dos bens consumidos, enquanto esses

¹⁴ CAMPBELL, Colin; BARBOSA, Livia (Org.). *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: FGV, 2007. Nessa coletânea encontramos uma ampla reflexão sobre novas configurações de identidades sociais e culturais a partir da lógica da cultura do consumo.

¹⁵ BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 1995. Na diversidade de sua vasta obra, o autor trata da linguagem de consumo como um mecanismo permanente de sedução e a elaboração de um sistema de simulação e de simulacros.

¹⁶ LIPOVESTSKY, Gilles. *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Bacarolla, 2004; LIPOVESTSKY, Gilles. *O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

são apreciados peculiarmente pelo seu significado simbólico socialmente determinado.

Mais do que em outras épocas, a explicação da sociedade requer que se entenda a relação de consumo e os efeitos da mesma sobre o protagonista ou o coadjuvante de acordo com a respectiva ótica da sociedade contemporânea. A publicidade não deixa sombra de dúvidas de que o consumo se tornou essencial, com um nítido atrelamento à felicidade: se os indivíduos estão tristes, um deslocamento para o imaginário do consumo pode trazer a felicidade. Os indivíduos não consomem mais por necessidade e sim consomem para satisfação do imaginário e dos desejos. Isso permite a Ruscheinsky¹⁷ afirmar que “a cultura de consumo pode ser abordada como um espaço de negociação, como um conjunto de rituais, ou ainda, como significados socialmente compartilhados, correspondendo à dimensão material e imaterial”.

Pela eficiência da publicidade e o poder de atração da estética dos bens de consumo, a geração adulta se insere também no mito da eterna juventude ou de que consumir é um entretenimento socialmente recomendável. Por outro lado, esse processo também se constitui em conflito com outros sistemas de valores adotados no cotidiano¹⁸ com o sistema de autoridade vigente, pois que existe uma ardilosa combinação de dois elementos: a invenção de necessidades numa sociedade insatisfeita e a infantilização da sociedade adulta. Para Rocha,

¹⁷ RUSCHEINSKY, Aloísio. Distinção e desigualdades na cultura de consumo. *Cadernos CRH*, Salvador, v. 23, n. 59, p. 419, 2010. “No capitalismo atual, a nossa identidade primária e que se sobrepõe à do consumidor, não a do cidadão. O papel do Estado é diminuído, esvaziado, contestado. A própria política se torna marketing, os candidatos se veem como produtos de longo consumo. Consolida-se a ideia de que o único modo por meio do qual nós exercemos uma forma de poder é quando compramos. (Entrevista de Benjamin Barber “Há uma infantilização da relação com as mercadorias”. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br>>. Acesso em: 1º abr. 2011).

¹⁸ BARBER, Benjamin. *Consumido: como o mercado corrompe crianças, infantiliza adultos e engole cidadãos*. Rio de Janeiro: Record, 2009.

o consumo é uma realidade simbólica de significados tão densos que merece uma reflexão livre do viés aplicado que impera no mundo dos negócios. O estudo sistemático do consumo permitiria desvendar um dos mais importantes códigos através do qual a cultura contemporânea elabora a experiência da diferença, constrói um sistema de classificações sociais e interpreta as relações entre as coisas e as pessoas.¹⁹

A sociedade segregada não se dilui com a ampliação do consumo, mas se ratificam novos espaços de diferenciação ou a invenção de outras maneiras de distinção, razão pela qual a defesa da pluralidade e do direito às diferentes linguagens pode contrariar o intuito de promover a cidadania. A inabilidade de gerenciar riscos e incertezas fabricadas a partir das relações concorrenciais ou o descrédito ante as esperanças em soluções de mercado para os problemas dos consumidores faz emergir a legislação de proteção ao consumidor. As garantias em face dos produtos mostram a tendência de se considerarem incertezas e perdas do consumo, ou uma tensão permanente entre o campo da produção e o dos usos culturais. O sistema de consumo requer, acima de tudo, um conjunto de informações por meio do qual são comunicadas as qualidades dos produtos do mercado a serem consumidos. Decorre dessa circunstância a emergência da legislação sobre o campo do consumo, visando à regulação das relações de concorrência, bem como entre a produção e o consumo. Enfim, resulta na proteção do consumidor. As necessidades dos consumidores são cada vez maiores e diversificadas, como afirma Barbosa:

¹⁹ ROCHA, Everardo P. Guimarães. Cenas do consumo: notas, idéias, reflexões. *Revista Semear*, Rio de Janeiro: PUC-Rio, n. 6, p. 5, 2002.

As necessidades dos consumidores são ilimitadas e insaciáveis. Na cultura do consumidor as necessidades de cada um de nós são insaciáveis. Esta sensação de insaciabilidade é interpretada de duas formas distintas. A primeira vê como consequência da sofisticação, do refinamento, da imaginação e da personalização dos desejos e necessidades das pessoas/ou da vontade individual de progresso econômico e social. A segunda, como uma exigência do sistema capitalista para a sua sobrevivência. A necessidade deste por um crescimento permanente cria uma ansiedade acerca da possibilidade de algum dia essas necessidades serem satisfeitas ou financiadas.²⁰

Negar o nexos entre consumo e meio ambiente, produção e cultura, entretenimento e endividamento, como processos imbricados, significa fragilizar-se para entender a complexidade, as contradições e ambiguidades do presente de uma sociedade desigual.²¹ A dinâmica da expressão da insatisfação corresponde a uma lógica da sociedade contemporânea onde o imaginário da premente satisfação das necessidades resume-se, acima de tudo, à lógica social da diferenciação.

Portanto, a cultura de consumo decorre do capitalismo como uma das características de grande referência, pois, nesse, a publicidade a todo custo tenta moldar a visão dos consumidores. Nesse contexto, as suas práticas acabam por ser uma necessidade básica de subsistência do sistema e cabe a interrogação sobre a condição de possibilidade do consumir com responsabilidade social. Dentro dessa ótica, Martins arremata a reflexão:

A lógica capitalista é o mercado, é o movimento, é a circulação: tudo tem de ser sinônimo ou equivalente de riqueza que circula, de mercadoria. O capitalismo na

²⁰ BARBOSA, Livia. *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. p. 34.

²¹ RUSCHEINSKY, Aloísio. Desigualdades, meio ambiente e as mediações sociopolíticas. In: MOLON, S. I.; DIAS, C. M. S. (Org.). *Alfabetização e educação ambiental: contextos e sujeitos em questão*. Rio Grande: Ed. da Furg, 2009.

verdade desenraiza e brutaliza a todos, exclui a todos. Na sociedade capitalista essa é uma regra estruturante: todos nós, em vários momentos de nossa vida, e de diferentes modos, dolorosos ou não, fomos desenraizados e excluídos. É próprio dessa lógica de exclusão a inclusão. A sociedade capitalista desenraiza, exclui, para incluir, segundo sua própria lógica. O problema está justamente nessa inclusão.²²

As relações de consumo e a (in)viabilidade de retorno ao humanismo

Para se poder explicar de forma consistente essa relação e os seus nexos com o humanismo, a argumentação recorre novamente a Simmel; esse afirma que para a moda existir, seriam necessários dois sentimentos contrastantes: uma necessidade de distinção, pois a moda é um produto da divisão de classes e uma necessidade de pertencimento, é imitação de um modelo dado e proporciona a satisfação da necessidade de apoio social e faz a fusão do indivíduo na coletividade. Nesse sentido, o autor, já no início do século passado, apontava para

o significado da moda: como formas de vida, como marca de distinção de classe, como jogo da incessante imitação de uma classe por outra, como meio da inserção dos indivíduos num grupo ou numa corrente, traduz justamente essa eferescência sem rumo, porque é indiferente aos conteúdos, inclusive da beleza ou do conveniente; é simples variação, mero arreo, desprovida de motivação, entregue apenas à vertigem do movimento e do momento, da novidade injustificada, porque vive do capricho e da extravagância.²³

²² MARTINS, José de Souza. *Exclusão social e a nova desigualdade*. São Paulo: Paulus, 1997. p. 30-32.

²³ SIMMEL, Georg. *A filosofia da moda e outros escritos*. Lisboa: Texto & Grafia, 2008. p. 31-32. O autor, preocupado com a compreensão profunda de questões cotidianas, explora a conexão das novas práticas urbanas com as formas culturais, considerando as inovações tecnológicas, o consumo fascinante da moda e a manipulação da opinião e do gosto.

De acordo com o autor em tela, a moda como criação enleada nas relações sociais serve para manter a coesão entre os grupos interessados em permanecer separados ou que tem a prerrogativa de engendrar distinções sociais e, por outro lado, agregar interesses. A forma de andar, o tempo e o ritmo dos gestos e os gostos são essencial e socialmente determinados. O desejo de agradar através da estética, da vestimenta, de um adorno ou de um presente pode ser traduzido como o exercício de poder acima de quem necessita construir um relacionamento que pode ser classificado pelos seus atributos de subordinação. As novidades nesse campo requerem, portanto, uma renovação constante:

A imitação de um modelo dado e satisfaz assim a necessidade de apoio social, conduz o indivíduo ao trilho que todos percorrem, fornece um universal, que faz do comportamento de cada indivíduo um simples exemplo. E satisfaz igualmente a necessidade de distinção, a tendência para a diferenciação, para mudar e se separar. E este último aspecto consegue-o, por um lado, pela mudança dos conteúdos, que marca individualmente a moda de hoje em face da de ontem e da de amanhã, consegue-o ainda de modo mais enérgico, já que as modas são sempre modas de classe, porque as modas de classe superior se distinguem das de inferior e são abandonadas no instante em que esta última delas se começa a apropriar. Por isso, a moda nada mais é do que uma forma particular entre muitas formas de vida, graças à qual a tendência para a igualização social se une à tendência para a diferença e a diversidade individuais num agir unitário.²⁴

²⁴ SIMMEL, Georg. *A filosofia da moda e outros escritos*. Lisboa: Texto & Grafia, 2008, p. 24. O autor, como um dos fundadores da sociologia, desenvolve uma teoria da modernidade, bem como uma proposição e interpreta o processo de individualização; em ambos os casos, busca compreender a importância de tornar a razão a dimensão preponderante na modernidade.

Dessa forma, um vestuário que é dito de *bom gosto*, ou seja, um produto de luxo, por si já possui significações de poder simbólico e, por isso, possibilita o “trânsito” em determinadas esferas distintivas, ou seja, o mesmo acaba por criar estratificações na sociedade. Assim, a modernidade acaba se traduzindo no contexto social vigente, onde os indivíduos se esfacelam através do consumo, em tempo e espaços, no local e no global.

Na atualidade, o consumo representa poder, e a lógica capitalista mostra que quem pode consumir mais e melhores produtos detém os poderes social, simbólico e econômico sobre os outros, que, por sua vez, acabam se subordinando a condições de hipossuficiência e vulnerabilidade. Assim, acabam se criando novas estratificações dentro das formas de exclusão existentes; tem-se a “classe das marcas”, e cada indivíduo, de alguma forma, possui o poder de consumir. A afirmação social passou a ser traduzida através dos cuidados estéticos e ornamentais com o corpo, na versão de Miskolci e Lipovetsky,²⁵ e cuja perspectiva de aperfeiçoamento da criação ou das leis da natureza ainda está se intensificando na sociedade brasileira. Portanto, a lógica de consumo define-se como a manipulação do consumidor e dos valores simbólicos, acabando por constituir um sistema com ótica totalitária, combinado com a insaciabilidade e a relatividade dos bens à disposição na sociedade das incertezas.

O acesso ou a facilidade de crédito constitui-se numa enorme inovação em face do estilo de vida dos consumidores, pois se traduz em múltiplas facilidades para aquisição de bens e serviços, já que se consegue viabilizar a compra via tecnologias eletrônicas, ou seja, através da informação, da rapidez e da acessibilidade. Nesse sentido, abriram-se caminhos para mecanismos que ultrapassam o consumo para cobrir as necessidades de sobrevivência, mas se destaca a dimensão simbólica pelo prazer de ir às compras e demonstrar, publicamente, um estilo. Em outros ter-

²⁵ MISKOLCI, Richard. Corpos elétricos: do assujeitamento à estética da existência. *Revista de Estudos Feministas*, v. 14, n. 3, 2006; LIPOVETSKY, Gilles. *O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

mos, para satisfazer um poder simbólico para o qual mais importante do que *ser* e *ter*, é parecer *ser* e parecer *ter* a posse para se enquadrar em padrões sociais, ganhar *status*, ou, simplesmente, por consumir e armazenar. Para Lipovetsky,

desde os anos de 1980, as novas elites do mundo econômico alardeiam sem complexos seus gostos pelos produtos de luxo e pelos símbolos de posição social. [...] O esnobismo, o desejo de parecer rico, o gosto de brilhar, a busca da distinção social pelos signos demonstrativos, tudo isso está longe de ter sido enterrado pelos últimos desenvolvimentos da cultura democrática e mercantil.²⁶

Entre os muitos movimentos ou proposições, existe quem recomenda modificar a sociedade operando sobre as escolhas de consumo ou promovendo a democratização e a sustentabilidade na escolha da compra de alimentos. Barber também responde a essa questão ao afirmar que

é uma fábula para crianças, uma fábula de final feliz, a ideia de que se muda o mundo por meio do consumo privado. A escola dos nossos filhos, o equilíbrio climático do Planeta, a independência energética: em todas essas esferas, a mudança não pode vir simplesmente de escolhas individuais de compras. É a admissão de uma derrota se nós nos retiramos para a esfera da ação privada – seja a do consumo “verde” e terceiro-mundista – e abdicamos do nosso papel na política.²⁷

²⁶ LIPOVETSKY, Gilles. *O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008. p. 51.

²⁷ Entrevista de Benjamin Barber: “Há uma infantilização da relação com as mercadorias.” Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br>>. Acesso em: 1º abr. 2011.

Os consumidores constituem-se a razão de ser do sistema de produção e de circulação, como ponto inicial e final da produção de mercadorias. O consumidor – ou grupos seletivos atinentes a marcas e modelos – é visto como o foco a partir do qual o sistema produtivo se adapta e sustenta a busca dos recursos naturais necessários para cumprir com tal finalidade. Os consumidores vivem numa felicidade paradoxal, de acordo com Lipovetsky,²⁸ seja pela relação ambígua entre abundância, diferença, hierarquia e socialização, bem como em razão de o protagonista se afirmar como o responsável pelo bem-estar e na posse, se iniciar o percurso do vazio. Lipovetsky explica, ainda:

Todos os dias, parece que o mundo do consumo se imiscui em nossas vidas e modifica nossas relações com os objetos e com os seres, sem que, apesar disso e das críticas que se formulam a respeito dele, consiga-se propor um contramodelo crível. E, para além da postura crítica, seriam raros aqueles que desejariam mesmo abolí-lo em definitivo. É forçoso constatar que seu império não pára de avançar: o princípio de *self-service*, a busca de emoções e prazeres, o cálculo utilitarista, a superficialidade dos vínculos parecem ter contaminado o conjunto do corpo social, sem que nem mesmo a espiritualidade escape disso.²⁹ (Grifo do autor).

A crise ambiental alargada pela cultura de consumo implica outras dimensões para além da participação dos indivíduos ou de adoção da reciclagem por amplos setores sociais, já que, em grande medida, o problema é de escassez em termos absolutos ou de uso demasiado e intensivo. Há que se levar em consideração a vigência de limites naturais intransponíveis para a expansão continuada do humanismo e dos direitos universais para a qualidade de vida com consumo ampliado. Na visão de Portilho,

²⁸ LIPOVETSKY, Gilles. A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

²⁹ LIPOVETSKY, Gilles. *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Bacarolla, 2004. p. 33.

a abundância dos bens de consumo continuamente produzidos pelo sistema industrial é considerada, freqüentemente, um símbolo da performance bem-sucedida das economias capitalistas modernas. No entanto, esta abundância passou a receber uma conotação negativa sendo objeto de críticas que consideram consumismo um dos principais problemas das sociedades industriais modernas. A partir da construção de que os atuais padrões de consumo estão nas raízes da crise ambiental.³⁰

Nesse patamar de discussão, Canclini afirma que a forma concreta que envolve a racionalidade econômica, vigente no mundo consumista, embala os sonhos de uma autodeterminação de consumir, que se realiza apenas na heteronomia mercadológica.

Estudos de diversas correntes consideram consumo como um momento do ciclo de produção e reprodução social: é o lugar em que se completa o processo iniciado com a geração de produtos, onde se realiza a expansão do capital e se reproduz a força de trabalho. Sob este enfoque, não são as necessidades ou os gostos individuais que determinam o que, como e quem consome. O modo como se planifica a distribuição dos bens depende das grandes estruturas de administração do capital. Ao se organizar para prover alimento, habitação, transporte e diversão aos membros de uma sociedade, o sistema econômico “pensa” como reproduzir a força de trabalho e aumentar a lucratividade dos produtos. Pode-se não estar de acordo com a estratégia, com a seleção de quem consumirá mais ou menos, mas é inegável que as ofertas e bens e a indução publicitária de sua compra não são atos arbitrários.³¹

³⁰ PORTILHO, Fátima. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. São Paulo: Cortez, 2005. p. 67.

³¹ CANCLINI, Nestor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 1996. p. 54.

Assim, os consumidores, abdicando da condição de cidadãos, buscam uma visão para a materialidade/consumo visando a objetos que proporcionem conforto e, principalmente, *status* social. Esse é o processo histórico ou a dimensão antropológica pelos quais tudo vem transpor-se em mercadoria.

Numa perspectiva crítica, cabe descobrir muito mais do que elaborar uma crítica ao hiperconsumismo; especialmente em vista da preocupação com a privatização ou o esvaziamento da esfera pública. Segundo Barber,³² nesse processo também se referencia uma transformação da figura do cidadão e de sua compreensão dos direitos arduamente conquistados até a contemporaneidade.

Por outro lado, não se pode negar que o desenvolvimento da sociedade industrial, em razão dos avanços tecnológico e científico, proporcionou bem-estar. Portanto, a lógica do consumo define-se como armadilha ao consumidor e valor simbólico do consumo, acabando por ser serviçal à insaciabilidade e à relatividade dos valores na sociedade.

Considerações finais

O objetivo deste trabalho foi analisar alguns aspectos referentes à relação de consumo e aos seus efeitos na sociedade contemporânea. O modelo econômico atual e a visão antropocêntrica geram um processo de crescimento baseado num consumo, mas esse consumo desordenado e a falta de racionalidade por parte dos consumidores levantam dificuldades na busca de uma sociedade que dialogue com as condições do ecossistema. Assim, criam-se estratificações sociais a partir de uma “sociedade de marcas” onde vale mais o *ter* do que o *ser*, bem como se expande o imaginário de bem-estar social, e os relacionamentos adquirem requisitos efêmeros ou mercantis.

Na história recente do Brasil, houve o avanço da tecnologia que, se, por um lado, facilitou e aumentou a produção, por ou-

³² BARBER, Benjamin. *Consumido*: como o mercado corrompe crianças, infantiliza adultos e engole cidadãos. Rio de Janeiro: Record, 2009.

tro, substituiu o esforço do ser humano pela máquina, criando, recentemente, um exército de desqualificados. Em certos lugares do Planeta, simples excluídos do sistema social, alienados do sistema de circulação de mercadorias, rebotalhos humanos, perambulam pela sociedade e como tal não podem ser eliminados e sem qualquer perspectiva de inclusão.

As relações sociais são permeadas e transmutadas pelos atores sociais, que, dessa forma, instauram tanto conflitos sociais e ambientais, ao lado do empenho em reconstruir um humanismo permeado pela consumação e por novas tecnologias. Esses atores sociais, ao inventaram a si mesmos, ao mesmo tempo vem metamorfoseando o meio ambiente. A cultura de consumo gera produtos descartáveis e engrandece o cidadão como comprador, promovendo o imaginário de que está valendo pelo seu poder de compra.

Referências

- BARBER, Benjamin. *Consumido: como o mercado corrompe crianças, infantiliza adultos e engole cidadãos*. Rio de Janeiro: Record, 2009.
- BARBOSA, Livia. *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 1995.
- BAUMAN, Zigmunt. *O mal-estar da modernidade*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1998.
- BRANCO, Samuel Murgel. *Ecosistêmica: uma abordagem integrada dos problemas do meio ambiente*. 2. ed. São Paulo: E. Blücher, 1999.
- CAMPBELL, Colin; BARBOSA, Livia (Org.). *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: FGV, 2007.
- CANCLINI, Nestor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 1996.
- DERRIDA, Jacques. *O animal que logo sou*. Trad. de Fábio Landa. São Paulo: Edunesp, 2002.
- GIDDENS, Anthony. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Edunesp, 1991.
- LEIS, Hector. Bases teóricas para a sustentabilidade no século XXI. In: GUERRA, Antonio F. S.; FIGUEIREDO, Mara L. (Org.). *Sustentabilidades em diálogos*. Itajaí: Ed. da Univali, 2010.
- LIPOVESTSKY, Gilles. *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Bacarolla, 2004.
- LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal, ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- LIPOVETSKY, Gilles. *O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- MARTINS, José de Souza. *A sociedade vista do abismo*. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.
- MARTINS, José de Souza. *Exclusão social e a nova desigualdade*. São Paulo: Paulus, 1997.

- MISKOLCI, Richard. Corpos elétricos: do assujeitamento à estética da existência. *Revista de Estudos Femininos*, v. 14, n. 3, p. 681-693, 2006.
- NALINI, José Renato. *Ética ambiental*. Campinas: Millennium, 2001.
- OST, François. *A natureza à margem da lei: a ecologia à prova do direito*. Trad. de Joana Chaves. Lisboa: Instituto Piaget, 1995.
- PEREIRA, Agostinho O. K.; HORN, Luiz F. Del Rio (Org.). *Relação de consumo: meio ambiente*. Caxias do Sul: Educs, 2009.
- PORTILHO, Fátima. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. São Paulo: Cortez, 2005.
- PRIGOGINE, Ilya. *O fim das certezas: tempo, caos e as leis da natureza*. Trad. de Roberto Leal Ferreira. São Paulo: Ed. da UEP, 1996.
- ROCHA, Everardo P. Guimarães. Cenas do consumo: notas, idéias, reflexões. *Revista Semear*, Rio de Janeiro: PUC – Rio, n. 6, 2002.
- RUSCHEINSKY, Aloísio. Desigualdades, meio ambiente e as mediações sociopolíticas. In: MOLON, S. I.; DIAS, C. M. S. (Org.). *Alfabetização e educação ambiental: contextos e sujeitos em questão*. Rio Grande: Ed. da Furg, 2009.
- RUSCHEINSKY, Aloísio. Distinção e desigualdades na cultura de consumo. *Revista Cadernos CRH*, Salvador, v. 23, n. 59, p. 419-424, 2010.
- SANTOS, 2000.
- SIMMEL, Georg. O dinheiro na cultura moderna. In: Jessé Souza e B. Oëlze (Org.). *Simmel e a modernidade*. Brasília: Ed. da UnB, 1998. p. 23-40.
- SIMMEL, Georg. *A filosofia da moda e outros escritos*. Lisboa: Texto & Grafia, 2008.
- SIMMEL, Georg. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, O. G. (Org.). *O fenômeno urbano*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979. p. 11-25.
- STECHER, Heinz. Georg Simmel: dinheiro: a solidez do efêmero. *Revista Caderno CRH*, Salvador, n. 22, p. 185-191, jan./jun. 1995.
- TEDESCO, João Carlos. Georg Simmel e as ambigüidades da modernidade. *Ciências Sociais Unisinos*, n. 43, v. 1, p. 57-67, 2007.
- VIANA, Gilney; SILVA, Marina; DINIZ, Nilo. *O desafio da sustentabilidade*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

Direito, técnica e humanismo: o direito do consumidor como mediação entre integração sistêmica e integração social*

Rafael Lazzarotto Simioni**

Introdução

O pensamento humanista surgiu no período do Renascimento, no fim da Idade Média, por meio do estímulo promovido pelo avanço e desenvolvimento das novas tecnologias daquela época. Mas as mesmas tecnologias que permitiram uma visão antropocêntrica da ordem das coisas do mundo colocam, agora, em risco, o próprio sentido do humano na ordem social contemporânea.

A técnica encontra-se, atualmente, em um estágio de desenvolvimento tal que parece necessitar de uma mediação com os valores humanistas que ela mesma permitiu fossem desenvolvidos. A responsabilidade ética pela intervenção causal no mundo é um desses valores humanistas que surgiram com a aplicação de técnicas e que, hoje, se colocam em cena como uma das mais importantes preocupações do mundo contemporâneo. Quer dizer, a mesma técnica que permitiu humanizar a ordem das coisas do mundo, parece, agora, tecnificar essa ordem, fazendo emergir a questão de como humanizar a técnica.

Entre humanizar a técnica ou tecnificar as relações humanas, no entanto, há um ponto em comum, que é a experiência

* Esta pesquisa faz parte do projeto “Decisão Jurídica e Democracia” (PPGD/FDSM), com o apoio do CNPq.

** Pós-Doutor em Teoria do Direito pela Universidade de Coimbra; Doutor em Direito pela Unisinos, Mestre em Direito pela UCS e Professor no Programa de Mestrado em Direito da Faculdade de Direito do Sul de Minas.

ocidental da juridicidade como um projeto civilizacional importante. Mas, para que seja possível observar melhor o sentido dessa experiência – e em especial o sentido do direito do consumidor nessa cultura jurídico-ocidental –, torna-se necessário reconstruir a distinção entre técnica e humanismo em termos mais modernos. Com a ajuda de Habermas, podemos ver essa relação sob uma perspectiva mais abrangente, na forma de uma diferença entre dois grandes âmbitos autônomos de produção de ordem social, quais sejam: as estruturas de integração sistêmica e as estruturas de integração social.

Esta pesquisa objetiva entender o direito do consumidor como um possível mecanismo social de mediação entre a frieza do cálculo estratégico das técnicas e as questões de validade do mundo prático do humanismo. Desse modo, e, partindo da reconstrução feita por Habermas, sob o título de razão comunicativa, entre as estruturas de integração sistêmica e as estruturas de integração social, torna-se possível observar as condições sob as quais o direito do consumidor pode estabelecer uma mediação entre a estratégia de integração sistêmica e a validade da integração social.

Para serem atingidos esses resultados, esta pesquisa segue um método analítico de observação da dinâmica, a técnica e os valores humanistas tradicionais, de modo a permitir uma reflexão sobre o equilíbrio – ou sobre o problema do desequilíbrio – que, atualmente, pode ser verificado entre o funcionamento das estruturas sociais de integração sistêmica e as estruturas sociais de integração social.

O direito do consumidor parece ser um espaço privilegiado para restabelecer esse importante equilíbrio entre a integração sistêmica e a integração social, pois, tal como o direito em geral, o direito do consumidor pode ser visto tanto como uma questão estratégica para conectar-se às estruturas de integração sistêmica, quanto como uma questão de validade para se conectar às estruturas de integração social.

O humanismo renascentista

O humanismo foi um pensamento filosófico que surgiu na Europa, no fim da Idade Média, que colocava o homem como o centro das coisas do universo. Diferentemente do pensamento filosófico da Grécia antiga, que tinha a natureza como o centro das preocupações filosóficas e, diferentemente também do período anterior ao Renascimento, na Idade Média, que tinha Deus como o centro e fundamento das explicações científicas, o humanismo procurava fundamentar suas convicções científicas e filosóficas na ideia de homem, na ideia de humanidade.

A partir do humanismo, o fundamento do conhecimento deixou de ser tanto aquela ideia grega de perfeição da natureza, quanto a ideia cristã de vontade de Deus. A perfeição da natureza do mundo grego era uma suposição de que as coisas, no mundo, estão organizadas de modo perfeito, e que é a imperfeição do homem que constitui um obstáculo ao seu conhecimento. E a vontade de Deus era uma suposição de que as coisas, no mundo, são organizadas e dirigidas pela vontade divina, e que o homem é um mero intérprete e espectador dessa vontade.

O humanismo rompe com essas duas tradições filosóficas ao afirmar que o homem deve ser o parâmetro principal das investigações científicas. O homem passa a ser o fundamento filosófico das proposições científicas. Para o humanismo, a ordem das coisas da natureza já não é mais concebida como naturalmente perfeita ou como fruto da vontade divina: a ordem, agora, é entendida como transformável pela atividade do homem, e os reflexos disso foram enormes.

A concepção humanista logo se expandiu para diversas áreas do conhecimento, tanto nas ciências humanas quanto nas ciências exatas, tanto na literatura quanto na arte em geral: música, pintura, escultura, etc. O humanismo, assim, consolidou uma visão antropocêntrica do mundo. A ordem das coisas do mundo já não era mais concebida como perfeita – a partir da qual o homem era imperfeito. E a ordem das coisas também já não se tratava mais de uma questão de vontade divina – da qual o homem era um mero contemplador e intérprete. Com o humanismo, o

homem passou a ser o fundamento dessa ordem das coisas do mundo. A vontade humana passou a desempenhar uma força de convicção bastante forte nas explicações científicas. E junto com ela, naturalmente, veio também a responsabilidade ética pelas decisões e ações que interferem na ordem das coisas do mundo.

Por isso o humanismo se tornou importante. Antes dele, as desgraças, o azar, os infortúnios sempre eram atribuídos ou à vontade de Deus ou à ordem da natureza. Com o humanismo, o homem passou a assumir as rédeas do seu próprio destino, passou a entender que a ordem das coisas no mundo era fruto da sua própria intervenção nesse mundo. Com o humanismo, a ética passou a ser importante, pois se, antes as desgraças poderiam ser atribuídas aos mistérios da vontade de Deus ou da natureza, agora, elas poderiam ser vistas como os resultados práticos das escolhas humanas. E, como tais, por elas alguém deveria ter responsabilidade ética.

De meros espectadores da vontade divina ou de meros contempladores imperfeitos da perfeição da natureza, o humanismo renascentista coloca o homem como o principal ator das transformações sociais e, também, o responsável ético pelas suas consequências. E, desse modo, as antigas atribuições de responsabilidade à “natureza das coisas” ou à “vontade divina” passam a ter seus alvos deslocados para outro centro de imputação: a responsabilidade ética do homem.

Tudo isso só foi possível pelo avanço das tecnologias na época. Foram as tecnologias que desmistificaram várias explicações teológicas da época. Por isso se pode dizer que o humanismo renascentista surgiu junto com as técnicas do fim da Idade Média. Ao operar uma máquina, um artefato tecnológico, o homem passou a se dar conta da capacidade de transformações que ele poderia imprimir sobre o mundo e, ao mesmo tempo, a sua responsabilidade ética pelas consequências.

A técnica e a tecnologia

Mas a mesma técnica que permitiu ao humanismo afirmar-se como um pensamento livre das explicações mítico-religiosas, permitiu, também, uma relação de dependência e de submissão bastante forte. Sem a técnica, muitas coisas sequer seriam observáveis pelo ser humano. Sem a tecnologia atualmente existente nos laboratórios dos centros de pesquisa, por exemplo, o estado atual do conhecimento científico não seria possível.

A mesma técnica que liberta também escraviza. A mesma técnica que permite fazer coisas boas para o homem, produz também consequências indesejadas. A mesma técnica que permite o crescimento do conhecimento humano, produz também ideologias. Desde a *techne* do mundo grego,¹ a técnica se transformou bastante. Já não se trata apenas de uma arte profissional, como a dos artesãos, sapateiros, construtores, etc. A técnica, hoje, cresceu tanto que, se faltar energia elétrica, talvez a comunicação do mundo inteiro sofra uma interrupção.

Por isso, atualmente, preferimos fazer uma distinção entre técnica e tecnologia. Técnica como ideologia e tecnologia como artefatos tecnológicos.² Técnica como forma de comunicação e tecnologia como forma de isolamento causal. Nesse aspecto, não são só as instituições sociais que conferem as funções dos artefatos tecnológicos.³ E nem mesmo a função *apropriada* de um artefato pode ser determinada por um sistema/função ou por uma instituição social qualquer.

Na literatura científica, encontram-se várias discussões a respeito de a função apropriada de um artefato tecnológico ser determinada pelo artefato mesmo, pela intenção do agente que o utilizará ou também pelo contexto social no qual o artefato é

¹ No diálogo “Górgias” de Platão, pode ser encontrada essa referência à técnica como uma arte ligada a profissões.

² SIMIONI, Rafael Lazzarotto. Direito, energia e tecnologia. Curitiba: Juruá, 2010.

³ Utilizamos a palavra *artefato* no preciso sentido de Jacques Monod: objetos artificiais produzidos por causas externas igualmente artificiais (MONOD, Jacques. *Objetos estranhos*. In: *O acaso e a necessidade*. 4. ed. Trad. de Bruno Palma e Pedro Paulo de Sena Madureira. Petrópolis: Vozes, 1989. p. 13-31.

utilizado.⁴ Distinguindo-se entre o *uso para* e o *útil para* de acordo com a função própria (função eficiente) de uma tecnologia, a ideia é que a regulação normativa desse uso possa priorizar o uso eficiente (usar para) em detrimento do uso improvisado (uso útil) de um artefato tecnológico.

Isso significa que as tecnologias têm que ser tecnologicamente adaptadas para cada contexto social e institucional de utilização. E o direito do consumidor precisará se preocupar com isso também no futuro, pois uma tecnologia pode desempenhar tanto uma função eficiente (um uso para) quanto uma função improvisada (uso útil). E essa distinção já não pode ser mais “moralizada”, pois uma das características das tecnologias é a sua autonomia funcional em relação a qualquer pretensão humanista. Em outras palavras, as tecnologias funcionam independentemente de questionamentos morais, éticos, jurídicos, políticos. Para o seu funcionamento, basta energia e alguém que prima seus botões.

Operando com base no *medium* energia, a tecnologia se diferencia funcionalmente. Ela passa a funcionar com independência relativamente aos humores do mercado, aos conflitos políticos ou às paixões individuais. A tecnologia funciona enquanto há energia. Se não há, não funciona. E, por isso, torna-se muito mais complicado pregar uma moralização da *civilização tecnológica*. O funcionamento da tecnologia opera com independência de juízos morais. Opera, inclusive, com independência da linguagem e da comunicação da sociedade. Qualquer um pode operar um computador independentemente de ter que chegar a um consenso com a máquina a respeito de pretensões universais de validade.

Baseado no meio energia, a tecnologia passa a operar de modo isolado: clausura operacional. E um fechamento operativo da tecnologia significa, precisamente, a impossibilidade de uma instância central de controle. Significa, em outras palavras, que

⁴ SCHEELE, Marcel. Social norms in artefact use: proper functions and action theory. *Techné: Research in Philosophy and Technology*. VirginiaTech, v. 10, n. 1, fall 2006. Disponível em: <<http://scholar.lib.vt.edu/ejournals/SPT/v10n1/scheele.html>>. Acesso em: 15 set. 2007.

não há mais a possibilidade de uma alta tecnologia controlando as baixas tecnologias. Como sistema dotado de clausura operativa, a tecnologia da sociedade não pensa – só os sistemas de consciência pensam⁵ – nem faz planos, tampouco possui expectativas. E, por isso, os conflitos tecnológicos não exigem consenso ou mais democracia nem precisam resolver seus problemas existenciais. Conflitos tecnológicos só podem ser resolvidos por mediações igualmente tecnológicas. A incompatibilidade entre tecnologias não exige democracia, mas aparelhos, adaptadores, conversores, etc. As tecnologias funcionam ou não funcionam. Funcionam enquanto há energia e não funcionam enquanto ela faltar. A sua função é tão- somente continuar a desempenhar a sua função. E, precisamente para isso, ela se refere ao meio energia, isto é, o único meio que possibilita a manutenção da sua estrutura funcional.

Contra essa frieza tecnológica até se pode reagir com expectativas de moralização ou de democratização. Entretanto, no nível das operações do sistema, essas expectativas não são levadas em consideração pela tecnologia. A mesma técnica que permitiu a descoberta humanista, agora, parece tornar-se autônoma e independente de qualquer pretensão humanitária.

Também no caso de decisões políticas, econômicas ou jurídicas, a tecnologia funciona independentemente daquilo que ocorre no seu ambiente. Um racionamento determinado politicamente e institucionalizado juridicamente pode afetar, sem dúvida, o funcionamento da tecnologia. Mas seria um engano

⁵ A consciência é o modo de operação dos sistemas psíquicos. No âmbito das ciências cognitivas, contudo, não há um consenso sobre a explicação de como a consciência e seus pensamentos acompanham a comunicação (DUPUY, Jean-Pierre. *Aux origines des sciences cognitives*. Paris: La Découverte, 1999; VARELA, Francisco. *Conhecer : as ciências cognitivas: tendências e perspectivas*. Trad. de Maria Teresa Guerreiro. Lisboa: Instituto Piaget, 1996; _____; THOMPSON, Evan; ROSCH, Eleanor. *A mente incorporada: ciências cognitivas e experiência humana*. Trad. De Maria Rita Secco Hofmeister. Porto Alegre: Artmed, 2003). Um ponto seguro está na constatação de que toda a comunicação pressupõe percepção. E, por isso, se pode dizer que a percepção é uma das competências da consciência (LUHMANN, Niklas. *El arte de la sociedad*. Trad. de Javier Torres Nafarrate, com a colaboração de Brunhilde Erker, Silvia Pappe e Luis Felipe Segura. México: Herder; Universidad Iberoamericana, 2005. p. 18).

pensar que a tecnologia obedece às leis do Direito ou às ordens políticas. A afetação tecnológica de uma decisão política não está no seu funcionamento, mas tão-somente no tipo de uso para o qual ela se emprega e nos novos desenvolvimentos tecnológicos estimulados a partir do estado atual da tecnologia, como é o caso da eficiência energética.⁶ Um racionamento de eletricidade, por exemplo, não altera o funcionamento da tecnologia baseada nesse tipo de energia; altera apenas a frequência e as finalidades para as quais a sociedade a emprega. Tomam-se banhos menos demorados, substituem-se lâmpadas incandescentes por fluorescentes, opta-se por equipamentos mais eficientes. etc.

A operatividade da tecnologia, com sua função de isolamento causal e informacional referida ao ambiente, continua a mesma. A sociedade pode até decidir entre usar ou não uma tecnologia com uma ou outra finalidade.⁷ Mas a funcionalidade da tecnologia é aquela definida por ela mesma: isolamento causal e informacional. Afinal, não se pode responsabilizar Prometeu, que furtou o fogo dos céus para dá-lo aos homens, pela tecnologia de aviação militar da Primeira Guerra Mundial, nem Einstein pelo uso de bombas atômicas na Segunda Guerra Mundial.⁸

A tecnologia conquista clausura operacional porque ela combina, em cada operação, a sua própria forma tecnológica com o *medium* energia. Assim, a tecnologia garante a sua diferenciação a respeito dos demais sistemas do ambiente e garante, também, uma interdependência relativamente à disponibilidade energética do ambiente natural. A tecnologia

⁶ Há muita literatura sobre eficiência energética, nos mais variados setores de aplicação. Para uma perspectiva política, veja-se, no âmbito nacional, a pesquisa de JANNUZZI, Gilberto de Martino. Políticas públicas para eficiência energética e energia renovável no novo contexto de mercado: uma análise da experiência recente dos EUA e do Brasil. Campinas: Autores Associados, 2000.

⁷ Por exemplo, as atuais discussões a respeito de engenharia genética e de pesquisa em seres humanos. Veja-se, especialmente: HABERMAS, Jürgen. O futuro da natureza humana: a caminho de uma eugenia liberal? Trad. de Karina Jannini. São Paulo: M. Fontes, 2004.

⁸ A redenção pode ser encontrada em MORIN, Edgar. Ciência com consciência. Trad. de Maria D. Alexandre e Maria Alice Sampaio Dória. 5. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001. p. 128: "Toda ação humana, a partir do momento em que é iniciada,

mesma passa a desenvolver os critérios para o desenvolvimento de tecnologias de geração, transporte, distribuição e consumo de energia. Desde a invenção da roda até as atuais tecnologias de eficiência energética, é o estado imediatamente anterior da tecnologia que determina o estado posterior. Isso significa que a clausura operacional do sistema tecnológico da sociedade, do mesmo modo que para todos os demais sistemas/funções, não dirige ou conduz o sistema a uma finalidade racional, boa, lícita, bonita ou mais humana. Clausura operacional, em outras palavras, significa a submissão do sistema à evolução.⁹

Ocorre, assim, a formação de uma rede de operações tecnológicas que, para cada operação, levam como fundamento as operações imediatamente anteriores. Cada operação do sistema tem que se referir ao estado imediatamente anterior da rede de operações. Cada operação renova, assim, o processo de autorreferência do sistema, e sequer é necessário perguntar, com a *self-fulfilling prophecy* de Robert Merton,¹⁰ se é a tecnologia que transforma a humanidade ou se é a humanidade que transforma a tecnologia: a transformação é circular, é evolutiva. Ao desenvolver novas tecnologias, a humanidade nada mais faz que explorar os limites e as possibilidades já dadas pelo próprio sistema tecnológico. Não adianta insistir no desenvolvimento

escapa das mãos de seu iniciador e entra no jogo das interações múltiplas próprias da sociedade, que a desviam de seu objetivo e às vezes lhe dão um destino oposto ao que era visado.”

⁹ Uma relação entre evolução e codificação binária encontra-se também nas ciências naturais, sob o nome de bifurcação. (PRIGOGINE, Ilya; STENGERS, Isabelle. A nova aliança: metamorfose da ciência. Trad. de Miguel Faria e Maria Joaquina Machado Trincheira. 3. ed. Brasília: Ed. da Unb, 1997. p. 207: “Os caminhos da natureza não podem ser previstos com segurança; a parte de acidente é neles irredutível e bem mais decisiva do que o próprio Aristóteles julgava: a natureza bifurcante é aquela em que pequenas diferenças, flutuações insignificantes, podem, se se produzirem em circunstâncias oportunas, invadir todo o sistema, engendrar um regime de funcionamento novo.”

¹⁰ MERTON, Robert K. Social theory and social structure. New York: Free Press, 1968. p. 477: “The self-fulfilling prophecy is, in the beginning, a false definition of the situation evoking a new behaviour which makes the original false conception come ‘true’. This specious validity of the self-fulfilling prophecy perpetuates a reign of error. For the prophet will cite the actual course of events as proof that he was right from the very beginning.”

de um avião movido a carvão. A tecnologia de aviação exige outros combustíveis para o seu funcionamento. E não adianta nada pensar no desenvolvimento de um telefone celular movido a combustão. Cada estado atual da tecnologia produz os seus próprios limites e possibilidades de programação; produz suas próprias estruturas tecnológicas latentes.¹¹ Se não se respeita isso, a tecnologia simplesmente não funciona.

Queremos, com isso, demonstrar que os mesmos avanços tecnológicos que permitiram o surgimento do humanismo são agora responsáveis pelo sentimento de uma falta de humanidade. As mesmas tecnologias que salvaram o mundo de possíveis desastres são, hodiernamente, as responsáveis pelas grandes ameaças ecológicas e perigos globais. As mesmas tecnologias que permitiram comunicações globais possibilitaram, também, o afastamento ou o distanciamento humano. E o mais importante: as mesmas tecnologias que permitiram atribuir a responsabilidade ética ao homem permitem, agora, desculpas baseadas no uso eficiente dessas tecnologias.

Essas desculpas à responsabilidade ética pelo uso das tecnologias, contudo, só podem ser feitas do ponto de vista de uma visão estratégica, técnica, sistêmica. Mas nós podemos, hoje, também estabelecer uma visão diferente sobre o uso das tecnologias. Nós podemos ver esse uso também como questão de validade, como uma questão de correção. Quer dizer, a frieza tecnológica pode ser vista tanto como uma questão estratégica, quanto como uma questão de validade. E, exatamente nessa mediação entre a frieza calculista da estratégia e o humanismo da validade, nós podemos colocar o direito do consumidor.

Mas, para tanto, precisamos reconstruir essa diferença entre estratégia e validade em termos mais sofisticados. Com a ajuda de Habermas, podemos reconstruir essa diferença na forma de

¹¹ Usamos o termo *latente* como diferença do que é *manifesto*. (LUHMANN, Niklas. Notes on the project "poetry and social theory". Theory, Culture e Society, v. 18, n. 1, p. 15-27, 2001.

duas estruturas sociais: as estruturas de integração sistêmica e as estruturas de integração social.¹²

O equilíbrio entre as estruturas de integração sistêmica e as estruturas de integração social

Segundo Habermas, a sociedade contemporânea pode ser entendida como o resultado operativo de duas estruturas básicas, que comandam a evolução social. De um lado, as estruturas de integração sistêmica, que são o poder da política e o dinheiro da economia. Do outro lado, as estruturas de integração social, que são todos aqueles conjuntos das tradições, concepções morais, éticas, religiosas, crenças, modos de vida e costumes que integram o nosso mundo vivido compartilhado intersubjetivamente.

Para Habermas, essas duas dimensões da sociedade moderna operam simultaneamente, e ambas são igualmente importantes, pois, se faltar dinheiro ou poder, a ordem social apresentará problemas. Mas, se faltar moral, ética ou tradições, também estaremos diante de sérios problemas de integração social. Quer dizer, o ideal é que haja um equilíbrio entre as estruturas de integração sistêmica e as estruturas de integração social, pois do mesmo modo que por dinheiro não se deve passar por cima dos princípios morais e valores éticos, também por convicções morais não se pode passar por cima dos problemas de escassez econômica.

O problema é que, na sociedade contemporânea, sublinha Habermas, nós podemos observar um certo desequilíbrio entre essas duas estruturas. Parece que as estruturas de integração sistêmica estão atualmente sufocando as estruturas de integração social. Parece que, por dinheiro ou por poder, pode-se atropelar princípios morais e valores éticos da comunidade. Parece que as estruturas de integração sistêmica passaram a comandar a ordem

¹² Utilizamos aqui a perspectiva aberta por Habermas no início da década de 80 (séc. XX), sob o nome de razão comunicativa: HABERMAS, Jürgen. Teoría de la acción comunicativa I: racionalidad de la acción y racionalización social. Trad. de Manuel Jiménez Redondo. Madrid: Taurus, 1988; e _____. Teoría de la acción comunicativa II: crítica de la razón funcionalista. Trad. de Manuel Jiménez Redondo. Madrid: Taurus, 1988.

social com certa preponderância. E isso não é bom, pois, se o segredo de uma ordem social justa está no equilíbrio entre as duas estruturas de integração sistêmica e de integração social, qualquer desequilíbrio aqui produz problemas.

Weber também identificou um processo crescente de racionalização social, guiado, predominantemente, por ações orientadas ao êxito no cumprimento de determinadas finalidades.¹³ Outros sociólogos também, cada um ao seu modo, perceberam isso. Uma predominância da técnica sobre o humanismo na sociedade moderna.

A tensão que se estabelece entre “mundo vivido” e sistema pode ser denominada “objetivização”.¹⁴ Os sistemas funcionais de ação racionalizam instrumentalmente o *mundo vivido*,¹⁵ tornando-se cada vez mais complexos e autossuficientes. E quanto mais diferenciado funcionalmente se torna um sistema social, mais o *mundo vivido* se retrai no status de apenas um subsistema na sociedade ao lado dos demais.¹⁶ Os sistemas funcionais então pressionam o *mundo vivido* a adaptar-se aos meios de integração sistêmica, como o poder e o dinheiro.¹⁷

E, na medida em que o *mundo vivido* se torna dispensável para a integração sistêmica da sociedade, as ações racionais orientadas a fins instrumentais conquistam autonomia e independência em relação a exigências éticas. Eticamente imunizadas, as ações sociais independentes do *mundo vivido* se

¹³ Weber demonstra, através de um complexo de fenômenos, os contornos daquilo que ele chamou “uma racionalidade especificamente ocidental”, mas numa “linha de desenvolvimento de significado e valor universais”. (WEBER, Max. A ética protestante e o espírito do capitalismo. Trad. de Pietro Nassetti. São Paulo: M. Claret, 2002. p. 23).

¹⁴ HABERMAS, Teoría de la acción comunicativa II, p. 244.

¹⁵ Segundo Habermas, “la racionalización del mundo de la vida hace posible un tipo de integración sistémica que entra en competencia con el principio de integración que es el entendimiento y que, bajo determinadas condiciones, puede incluso reobrar, con efectos desintegradores, sobre el mundo de la vida”. (HABERMAS, Teoría de la acción comunicativa I, p. 437).

¹⁶ HABERMAS, Jürgen. Teoría de la acción comunicativa II, p. 245. Embora depois Habermas admita, adiante, que o “mundo vivido” seja reduzido não a um subsistema, mas ao ambiente dos sistemas (p. 259).

¹⁷ Ibidem, p. 456.

resumem a cálculos utilitaristas e individuais de êxito em oportunidades.¹⁸ E, por isso, essa estrutura “gera a idéia de que a solução de todos os problemas só é possível através do comércio, do cálculo, do dinheiro e do poder”.¹⁹

Em síntese, os mecanismos de integração sistêmica, como o poder e o dinheiro, passam não apenas a tornar dispensáveis os mecanismos de integração social (entendimento comunicativo em um *mundo vivido*), mas também passam a colonizar o próprio *mundo vivido*, imprimindo nele os seus imperativos sistêmicos de utilidade e oportunidade individual.

Nessa tensão entre integração sistêmica e integração social, Habermas coloca, inicialmente, a dinâmica disfuncional dos movimentos sociais de protesto como uma possível resistência às tendências de racionalização sistêmica do *mundo vivido*. Os movimentos sociais de protesto representam uma confusa variedade de temas, nos quais Habermas vê exatamente os indícios de colonização sistêmica do *mundo vivido*. Os movimentos de protesto são, para Habermas, reações sociais aos processos de colonização sistêmica do *mundo vivido*, isto é, reações sociais de *descolonização* do *mundo vivido*. Habermas então observa que a continuidade do desenvolvimento da sociedade exige essa *descolonização* do *mundo vivido* que, no entanto, não pode ser isolada dos mecanismos de integração sistêmica.

O *mundo vivido* estrutura e é estruturado pelos sistemas. Não há como isolá-los reconstrutivamente. Daí é que surge a ação comunicativa como uma possível solução: na medida em que o entendimento comunicativo pode resgatar a eticidade do *mundo vivido*, a ação comunicativa pode expandir os âmbitos de ação coordenados por acordos comunicativos, conquistados pela força livre e imparcial do melhor argumento.

Mas se torna necessário pensar em um mecanismo capaz de restabelecer esse equilíbrio entre integração sistêmica e integração

¹⁸ Ibidem, p. 458.

¹⁹ PIZZI, Jovino. Ética do discurso: a racionalidade ético-comunicativa. Porto Alegre: Edipucrs, 1994. p. 74.

social. Torna-se necessário constituir um espaço de produção de sentido capaz de humanizar a técnica da integração sistêmica e, ao mesmo tempo, racionalizar a integração social. Torna-se necessário constituir um espaço ou uma dimensão de produção de sentido capaz de estabelecer uma mediação entre a integração sistêmica e a integração social, de modo a garantir um equilíbrio entre elas.

Segundo Habermas, o Direito é esse mecanismo. Só o Direito pode restabelecer esse equilíbrio entre integração sistêmica e integração social – ou entre a frieza da técnica e o calor da humanidade. Só o Direito pode funcionar tanto como uma questão de estratégia, quanto como uma questão de validade. Só o direito pode se colocar como um mecanismo de mediação entre a faticidade da integração sistêmica e a validade da integração social.²⁰ Mas como?

O direito do consumidor como mediação entre integração sistêmica e a integração social

O Direito, pensado segundo a concepção tradicional de Direito Positivo, não tem nenhuma chance de conseguir desempenhar essa função de mediação entre integração sistêmica e integração social, entre a frieza calculista da técnica e o calor dos valores humanistas. É necessário pensar em uma nova concepção de Direito, mais humanista e menos técnica. Ou melhor, uma nova concepção de Direito que equilibra a técnica e o humanismo.

Segundo Habermas, isso é possível para o Direito em geral – não só para o direito do consumidor – na medida em que o Direito pode ser visto tanto como uma questão de estratégia, quanto como uma questão de validade. O Direito pode ser concebido, ao mesmo tempo, do ponto de vista da frieza calculista

²⁰ Daí a concepção de Habermas sobre o direito entre faticidade e validade: HABERMAS, Jürgen. *Faktizität und Geltung: Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1998.

da estratégia, que o liga aos mecanismos da estrutura de integração sistêmica. Mas pode, também, ser visto do ponto de vista dos valores humanistas que o liga aos mecanismos da integração social. Em outras palavras, o Direito pode tanto justificar ações racionais baseadas na eficiência econômica ou no poder, quanto justificar ações – igualmente racionais – baseadas em questões de validade, em questões de princípios morais e valores éticos.

Nós podemos ler o Direito Positivo apenas como uma questão estratégica de lucro ou prejuízo ou ainda de poder. Mas também podemos ler o mesmo direito positivo como uma questão de validade, como uma questão de correção. Um exemplo disso acontece quando a lei comina uma multa de 10 mil reais para o corte de uma vegetação nativa, mas se essa vegetação nativa puder ser vendida por 20 mil reais no mercado, então, do ponto de vista da estratégia, vale a pena infringir a lei, pagar a multa e lucrar com a venda no mercado. Isso é ver o Direito como uma questão estratégica. Mas o mesmo direito pode ser visto também como uma questão de validade, nós podemos simplesmente não cortar a vegetação nativa por uma questão de princípio, por uma questão de correção, por uma questão de validade.

Assim o Direito consegue se inserir exatamente na mediação entre a estratégia da integração sistêmica e a validade da integração social. Assim, o Direito pode estabelecer um equilíbrio entre a técnica e o humanismo, entre a racionalidade sistêmica e a racionalidade humana; entre o dinheiro e a ética, ou ainda, entre o poder e a moral. O Direito em geral pode constituir esse espaço porque ele permite essa ambivalência, ele permite que nós, operadores do Direito, possamos vê-lo tanto como estratégia quanto como princípios de validade prática. Com base no Direito, nós podemos tanto seguir objetivos estratégicos procurando o êxito técnico, quanto seguir fundamentos procurando a correção normativa das nossas práticas.

Exatamente em razão de o Direito poder estabelecer essa mediação entre a estratégia da integração sistêmica e a validade da integração social é que ele pode, nessas condições, permitir um equilíbrio, um diálogo possível entre essas duas estruturas

da sociedade moderna. Naturalmente, isso pressupõe uma concepção de Direito pós-positivista, uma concepção de Direito que leva a sério a necessidade de constituir um certo grau de concordância entre o sentido do Direito Positivo e os princípios de moralidade política e valores éticos da comunidade.

No caso especial do direito do consumidor, essa possibilidade de mediação pode ser evidenciada, precisamente porque o direito do consumidor se insere exatamente na relação entre o uso/ consumo das técnicas da sociedade contemporânea e o fornecimento dessas técnicas. Trata-se de duas racionalidade bem distintas aqui: por um lado, o uso/consumo que pode ser visto tanto como um uso estratégico das técnicas disponibilizadas no mercado de consumo, quanto um uso responsável e consciente dos princípios morais e valores éticos da comunidade; por outro, o fornecimento de técnicas que podem visar a tão-somente o lucro e ver o direito do consumidor apenas como um obstáculo que deve ser observado para evitar os prejuízos das sanções, mas que também podem visar ao desenvolvimento de uma sociedade mais justa e solidária, mais humana, que pode visar à satisfação das exigências de validade e legitimidade do desenvolvimento de técnicas baseadas não só no lucro ou no poder, mas também na responsabilidade ética pelos seus efeitos sociais.

Como acima demonstrado, todas as tecnologias possuem essa ambivalência, todas as tecnologias podem ser usadas tanto para o bem quanto para o mal, tanto para promover os valores mais importantes da integração social quanto para violar esses valores. A diferença entre uma e outra opção dessa alternativa pode ser regulada por uma visão pós-positivista do direito do consumidor, que pergunta não só pela legalidade positivista das práticas consumeristas, mas que também pergunta pela legitimidade material dessas práticas.

Considerações finais

Diferentemente da dimensão da integração sistêmica, que é técnica, calculista, estratégica e indiferente a qualquer questão de validade, a dimensão da integração social é aquela na qual acontecem os processos de solidarização baseados nas experiências vividas que constituem o mundo prático, o mundo-da-vida, o conjunto de todas as crenças, hábitos, culturas, valores e princípios importantes de cada comunidade. Como o mundo prático é uma experiência compartilhada, o acesso a esse mundo prático só pode ser realizado, dentre outras condições, por meio da satisfação de pretensões de validade referidas tanto ao mundo objetivo quanto ao mundo social e ao mundo subjetivo. E isso, segundo a concepção de Habermas, só pode ser realizado por meio de procedimentos discursivos de formação livre da vontade e do convencimento.

Em outras palavras, o acesso ao mundo prático, para Habermas, pressupõe o diálogo entre todos os possíveis envolvidos e todos os possíveis afetados pela decisão sobre o problema concreto. Sublinhe-se que Habermas viu precisamente no Direito a possibilidade de mediação entre os mecanismos de integração sistêmica e as estruturas normativas da integração social. E foi exatamente por esse motivo que, depois da teoria da ação comunicativa e da teoria dos discursos práticos, Habermas dedicou-se a fundamentar uma concepção procedimentalista-discursiva de Direito como a mediação entre faticidade e validade, quer dizer, entre a faticidade do positivismo e das suas estratégias de integração sistêmica e a validade do Direito referida ao mundo prático e às suas estruturas de integração social.

O problema da concepção habermasiana, dentre outras razões, é que, ao assumir a distinção de Günther entre discursos de fundamentação e discursos de aplicação, ela esvazia a decisão jurídica da tarefa de constituir uma fundamentação prática, pois essa fundamentação já estaria validada *prima facie* no âmbito dos discursos políticos de fundamentação, que não competem à decisão jurídica – salvo nos casos de necessidade de criação de

Direito novo.²¹ Naturalmente, os discursos de aplicação realizados no âmbito da decisão jurídica sempre rearticulam o mundo prático sob novos pontos de vista morais e éticos. Mesmo assim, afirma Habermas, sob condições de pluralismo social e cultural, o espaço mais amplo é ocupado por compromissos estratégicos, depois pela recuperação dos princípios morais da comunidade e, depois, pelos argumentos éticos. Somente assim, a decisão jurídica pode articular argumentos imanentes ao Direito, mas também argumentos morais, éticos, empíricos e pragmáticos.²² Somente assim, a prática da decisão jurídica no campo do direito do consumidor pode combinar a segurança linguística do positivismo com a legitimidade material do mundo prático.

Essas complicadas proposições filosóficas e metodológicas sobre o acesso ao mundo prático são assim porque hoje não é mais tão simples pensar que a decisão jurídica no direito do consumidor precisa apenas estar em sintonia com os princípios morais e valores éticos da comunidade. Isso porque, no multiculturalismo presente na sociedade contemporânea, torna-se uma tarefa bastante difícil justificar a pretensão de universalidade de um princípio moral ou de um valor ético, que não só podem ser o resultado de ideologias perversas de uma determinada comunidade particular, como também podem ser incompatíveis com outros modos de vida culturais.

Talvez seja o caso de se pensar exatamente na autonomia do Direito em geral e em especial do direito do consumidor diante da multiplicidade de modos de vida e de culturas. Respeitam-se o multiculturalismo e o pluralismo dos diversos modos de vida, mas o direito, com autonomia, não pode a isso ficar subordinado. Então, desde que criado legitimamente e aplicado com sabedoria, o Direito autônomo pode sim violar legitimamente, com razões

²¹ HABERMAS, Jürgen. Faktizität und Geltung: Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1998. p. 320-324.

²² Ibidem, p. 345.

convincentes do mundo prático, aqueles hábitos culturais perversos à realização do nosso projeto civilizacional. Afinal, tanto a intuitividade hermenêutica quanto uma discussão racional, fundada em bons argumentos, podem mostrar, igualmente, que existem práticas culturais inaceitáveis do ponto de vista do Direito, embora possam ser aceitáveis no pequeno âmbito de uma cultura ou ideologia particular.

Pois o que está em jogo aqui não é uma colisão entre o sentido sintático ou semântico de textos legais positivados, mas esse complexo balanço entre a autonomia do Direito enquanto é um projeto civilizacional importante para a sociedade atual e as razões do mundo prático que dotam o sentido do direito de legitimidade para cada problema concreto.

Humanizar a técnica ou tecnificar o humano já não são mais alternativas possíveis. Mas o Direito, em geral, e o direito do consumidor, em especial, podem constituir um importante espaço para a mediação entre a lógica tecnicista da integração sistêmica e as razões humanistas do mundo prático, que constituem a integração social. Isso porque, na positividade do direito do consumidor, podemos encontrar tanto a possibilidade de uma visão estratégica, para conectar a técnica aos valores humanistas, quanto a possibilidade de uma problematização da sua validade para conectar os valores humanistas às exigências da técnica. Precisamente o equilíbrio entre essas duas possíveis visões sobre o direito do consumidor constituem as condições de possibilidade para uma articulação equilibrada entre a integração sistêmica e a integração social, vale dizer, entre a humanização da técnica e a tecnificação dos valores humanistas.

Referências

DUPUY, Jean-Pierre. *Aux origines des sciences cognitives*. Paris: La Découverte, 1999.

JANNUZZI, Gilberto de Martino. *Políticas públicas para eficiência energética e energia renovável no novo contexto de mercado: uma análise da experiência recente dos EUA e do Brasil*. Campinas: Autores Associados, 2000.

HABERMAS, Jürgen. *Faktizität und Geltung: Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1998.

_____. *O futuro da natureza humana: a caminho de uma eugenia liberal?* Trad. de Karina Jannini. São Paulo: M. Fontes, 2004.

_____. *Teoría de la acción comunicativa I: racionalidad de la acción y racionalización social*. Trad. de Manuel Jiménez Redondo. Madrid: Taurus, 1988.

_____. *Teoría de la acción comunicativa II: crítica de la razón funcionalista*. Trad. de Manuel Jiménez Redondo. Madrid: Taurus, 1988.

LUHMANN, Niklas. *El arte de la sociedad*. Trad. de Javier Torres Nafarrate, com a colaboração de Brunhilde Erker, Silvia Pappé e Luis Felipe Segura. México: Herder; Universidad Iberoamericana, 2005.

_____. Notes on the project “poetry and social theory”. *Theory, Culture e Society*, v. 18, n. 1, p. 15-27, 2001.

MERTON, Robert K. *Social theory and social structure*. New York: Free Press, 1968.

MONOD, Jacques. *O acaso e a necessidade*. 4. ed. Trad. de Bruno Palma e Pedro Paulo de Sena Madureira. Petrópolis: Vozes, 1989.

MORIN, Edgar. *Ciência com consciência*. Trad. de Maria D. Alexandre e Maria Alice Sampaio Dória. 5. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

PIZZI, Jovino. *Ética do discurso: a racionalidade ético-comunicativa*. Porto Alegre: Edipucrs, 1994.

PRIGOGINE, Ilya; STENGERS, Isabelle. *A nova aliança: metamorfose da ciência*. Trad. de Miguel Faria e Maria Joaquina Machado Trincheira. 3. ed. Brasília: Ed. da UnB, 1997.

SCHEELE, Marcel. Social norms in artefact use: proper functions and action theory. *Techné: Research in Philosophy and Technology*. VirginiaTech, v. 10, n. 1, fall 2006. Disponível em: <<http://scholar.lib.vt.edu/ejournals/SPT/v10n1/scheele.html>>. Acesso em: 15 set. 2007.

SIMIONI, Rafael Lazzarotto. *Direito, energia e tecnologia*. Curitiba: Juruá, 2010.

VARELA, Francisco. *Conhecer: as ciências cognitivas: tendências e perspectivas*. Trad. de Maria Teresa Guerreiro. Lisboa: Instituto Piaget, 1996.

_____; THOMPSON, Evan; ROSCH, Eleanor. *A mente incorporada: ciências cognitivas e experiência humana*. Trad. de Maria Rita Secco Hofmeister. Porto Alegre: Artmed, 2003.

WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. Trad. de Pietro Nasseti. São Paulo: M. Claret, 2002.

Os direitos humanos e fundamentais e a garantia de uma sociedade humanitária

Adir Ubaldo Rech*

Adivandro Rech**

Introdução

Os direitos humanos e fundamentais não se constituem numa descoberta da ciência jurídica, mas nascem da essência do próprio homem, do seu desejo humanitário de exterminar as injustiças reinantes no mundo para poder alcançar a felicidade humana e coletiva. Abbagnano em respeito aos fundamentos do humanismo, afirma que

o reconhecimento da naturalidade do homem, isto é, do fato de que o homem é um ser natural, para o qual o conhecimento da natureza não é uma distração imperdoável ou um pecado, mas um elemento indispensável de vida e do sucesso. O homem é um ser transcendente formado de alma e corpo, princípios essenciais da espécie.¹

* Pós-Doutorando pela Universidade de Lisboa. Doutor e Mestre em Direito Público pela Universidade Federal do Paraná. Graduado em Filosofia e Direito. Professor de Direito Urbanístico no Programa de Mestrado em Direito Ambiental da Universidade de Caxias do Sul. Autor de diversos livros de Direito.

** Mestre em Direito Ambiental pela Universidade de Caxias do Sul. Especialista em Direito Público pela Universidade de Caxias do Sul. Graduado em Direito. Procurador do Município de Caxias do Sul. Professor e autor de *Direito Urbanístico: fundamentos para a construção de um Plano Diretor sustentável na área urbana e rural*.

¹ ABBAGNANO, Nicola. *Dicionário de filosofia*. São Paulo: Mestre Jou, 1970. p. 494.

A natureza humana é imutável, atemporal, sendo que os direitos humanos fundamentais não evoluem com o tempo e não mudam de lugar para lugar, pois eles devem ser garantidos, obrigatoriamente, em todo tempo e em todo lugar onde existir um único homem. São direitos que não nascem *com* ou *depois* do Estado, mas nascem no espaço e no tempo onde vive o homem, confundindo-se com a sua própria existência. Em outras palavras, afirma Andrade:

Os direitos humanos e fundamentais são, na dimensão natural, direitos absolutos, imutáveis e intemporais, inerentes à qualidade de homem dos seus titulares e constituem um núcleo restrito que se impõe a qualquer ordem jurídica. Nesta dimensão, os direitos fundamentais gozam de anterioridade relativamente ao Estado e à Sociedade: pertencem à ordem moral e cultural donde um e outra tiram a sua justificação e fundamento.²

E o autor acrescenta que há um conjunto de direitos que estão mais intimamente ligados à dignidade e ao valor da pessoa humana e sem os quais os indivíduos perdem a sua qualidade de homem.³ Nessa perspectiva filosófica e jusnaturalista, os direitos humanos fundamentais não são dádivas do Estado, mas inerentes ao próprio homem. O Estado, no máximo, pode positivá-los, mas eles existem independentemente de o Estado positivá-los ou não. São, portanto, universais, transcendem o espaço e o tempo. São, numa palavra em voga, globais. Foram até proclamados na Carta dos Direitos Humanos da ONU para

² ANDRADE, José Carlos Vieira. *Os direitos fundamentais na Constituição portuguesa de 1976*. Coimbra: Almedina, 1987. p. 14.

³ *Ibidem*, p. 25.

serem observados por todos os povos.

Canotilho faz uma distinção entre direitos do homem e direitos fundamentais. Para ele, os direitos do homem são direitos válidos para todos os povos e em todos os tempos (dimensão jusnaturalista-universalista), enquanto os direitos fundamentais seriam os direitos objetivamente vigentes numa ordem jurídica concreta.⁴ Aqui, a ordem jurídica não necessita, obrigatoriamente, ser o Direito Positivo, mas os direitos consagrados por uma determinada sociedade, pois os direitos fundamentais são reconhecidos sob a perspectiva jusnaturalista, independentemente dos direitos positivados numa determinada ordem jurídica particular.

Enquanto os direitos fundamentais do homem passam por uma luta histórica e um processo interno de cada Estado, de superação, desde os resquícios do absolutismo, da supremacia do Estado sobre o indivíduo, dos aspectos culturais, religiosos até as questões ideológicas de concepção do próprio Estado, os direitos humanos transcendem essa realidade, pois eles dizem respeito à essência e à existência do homem. O humanismo é apenas o pensamento, a razão que faz o homem explicitar, externar e exigir o reconhecimento dessa sua essência, que deve ser respeitada como sagrada e que denominamos de direitos humanos.

Andrade nos ensina,

que o sentido dos direitos fundamentais, que a princípio era claro e até inequívoco, obscurece-se quando se reúnem nos mesmos problemas e se designam pelos mesmos conceitos de realidades tão diferentes como a liberdade pessoal, o direito de voto e o direito à segurança social, o que diferencia de direitos humanos que são indiscutíveis.⁵

⁴ CANOTILHO, J. J. Gomes. *Direito Constitucional e teoria da Constituição*. 2. ed. Coimbra: Almedina, 1998. p. 359.

⁵ ANDRADE, op. cit., p. 54.

Não há dúvidas de que a matéria é complexa. Com um grau de subjetividade enorme e sob o ponto de vista ideológico, dificilmente consegue-se um consenso, especialmente quanto aos direitos fundamentais. Se tomarmos sob o ponto de vista liberal, vamos encontrar como fundamentos as liberdades do indivíduo, cabendo ao Estado garanti-las. Já sob o ponto de vista institucionalista, são os princípios normativos que ordenam e conformam determinadas relações da vida com caráter de estabilidade e continuidade. O marxismo-leninista começa por negar a existência de direitos *naturais*, inerentes à personalidade humana e anteriores ao Estado. Já o Estado Social, contrapondo-se, afirma que é necessário levar em conta as condições sociais como pressupostos dos direitos individuais.⁶ Mas essa discussão não se admite quando tratamos de direitos humanos.

Pode-se constatar que, ao longo da história, a maior preocupação de todos os pensadores, filósofos, cientistas políticos e juristas tem sido conceituar e definir os direitos naturais, os direitos humanos e os direitos fundamentais. Embora os defensores do Direito Natural estivessem em campos opostos por muitos anos aos dos adeptos do Direito Positivo. Na realidade, após o advento do Estado Moderno, o Direito serviu de desculpa para a prática de injustiças, pela institucionalização, por via do Direito, de regimes totalitários, fatos que serviram para despertar um forte movimento de garantia dos direitos humanos.

Nesse sentido, Lloyd afirma que foi no século atual, com o esmagador desenvolvimento de ideologias antirracionais, como o nazismo e o fascismo, que a fé racional no Direito Natural sentiu necessidade urgente de reafirmar-se, embora tenha escolhido, para esse fim, como principal adversário, a crença no

⁶ Veja-se ANDRADE, José Carlos Vieira. *Os direitos fundamentais na Constituição portuguesa de 1976*. Nessa obra escreve um capítulo sobre *sistemas de cristalização dos direitos fundamentais*, p. 54-74, expondo seis teorias com pontos de vista e enfoques diferentes sobre os direitos fundamentais: a liberal (burguesa), a institucional, os valores, a democrática, a do Estado Social e a marxista-leninista.

positivismo, que está igualmente fundamentada em pressupostos racionalistas.⁷

O dualismo Direito Natural e Direito Positivo não é contraditório. O mais provável é que sempre coincidam. O Direito Natural praticamente fundamentou toda a defesa dos direitos humanos e de determinados direitos positivados. Os direitos humanos e os fundamentais positivados, na maioria dos países democráticos, muito deve, historicamente, a uma crença geral na existência de uma lei racional e universal da natureza. O Direito sempre foi resultado de uma realidade ambiental criada pela convivência humana, que resultou em relações humanísticas fundamentadas na filosofia, na cultura, na ética, na moral, na religião, na sociologia, na economia e na ideologia. Essa realidade natural e criada embasou, por consenso, a adoção de um determinado sistema jurídico.

Diaz nos diz, reforçando a nossa afirmativa,

que todo sistema de legalidade, de imediato, incorpora uma realidade e através de suas normas um determinado sistema de legalidade. Não há legalidade neutra. Por trás de todo o direito há sempre uma concepção de mundo.⁸

O reconhecimento do Direito Natural e dos direitos humanos se dá, nos Estados modernos, através de sua positivação. O positivismo é resultado da eficiência da filosofia e da falta de utilidade do idealismo alemão. É a resposta do como fazer do positivismo de Augusto Comte. Apesar dos direitos humanos e fundamentais existirem naturalmente, como afirmam os jusnaturalistas, não há como garanti-los, sem um processo político de legitimação do consenso e do reconhecimento da sociedade, para só, então, ser positivado. Nesse sentido, Guerreiro, afirma

⁷ LLOYDE, Dennis. *A idéia de lei*. 2. ed. Trad. de Álvaro Cabral. São Paulo: Fontes, 1998. p. 104.

⁸ DIAZ, Elias. *De la maldad estatal y la soberania popular*. 5. ed. Rio de Janeiro: FGV, 1997. p. 27.

que “los derechos, portanto, solo existen en y a través del proceso político e de una vinculación de los derechos e la ley”.⁹

É lógico que a legitimidade de um direito não depende única e exclusivamente de estar expresso na lei, mas de um sistema jurídico legítimo, cujos diferentes órgãos têm competência (dada pelo ordenamento jurídico) para reconhecer o direito. Os órgãos, na prática, são meros instrumentos, pois, segundo Kelsen, a *fonte* de direito não é, como a expressão poderia sugerir, uma entidade diferente do direito e, de algum modo, existindo independentemente dele; a *fonte* é sempre ela própria, o direito.¹⁰

O racionalismo de Kant opera passagem, quando o Direito Natural passa a ser direito da razão. É a demonstração da objetividade do saber científico, operando a passagem do Direito Natural, potencialmente existente, mas inútil, inaplicável e desrespeitado, para o Direito Positivo, racionalmente institucionalizado e respeitado. Loyde, ao afirmar que tanto as escolas de Direito Natural quanto seus principais adversários, os positivistas, foram consideravelmente influenciados por um enfoque individualista da sociedade e que a crença que o universo é governado por leis inteligíveis, capazes de serem apreendidas pela mente humana,¹¹ nos indica exatamente que a crença no indivíduo uniu as duas correntes filosóficas e fez ambas se identificarem com os pressupostos da crítica da razão pura de Kant. O constitucionalismo democrático, afirma Bonavides, nasceu nas entranhas da filosofia política do Direito Natural racionalista.¹²

É lógico que os direitos humanos e fundamentais não podem ser pensados apenas do ponto de vista dos indivíduos, como faculdades ou poderes de que são naturalmente titulares, mas

⁹ GUERRERO, Manuel Medina. *La vinculación negativa del legislador a los derechos fundamentales*. Madrid: Ciencias Jurídicas, 1996. p. 2.

¹⁰ KELSEN, Hans. *Teoria geral do Direito e do Estado*. 2. ed. São Paulo: M. Fontes, 1992. p. 136.

¹¹ LLOYD, op. cit., p. 83, 247.

¹² BONAVIDES, Paulo. *Do Estado Liberal ao Estado Social*. 6. ed. São Paulo: Malheiros, 1996. p. 133.

também do ponto de vista da comunidade, com seus valores, realidades ou fins com os quais essa se propõe a prosseguir. Há uma dupla dimensão que deve ser levada em conta no momento em que o legislador positivava direitos.

Nesse sentido, Bonavides assegura

que a sobrevivência da democracia liga-se ao êxito que eventualmente possa alcançar uma teoria política que afirme e reconcilie a ideia dos direitos sociais, que faz lícita uma maior intervenção do poder estatal na esfera econômica e cultural, com a ideia não menos justa do individualismo, que pede a segurança e o reconhecimento de certos direitos fundamentais da personalidade, sem os quais esta se deforma e definharia, como fonte que se deve sempre conservar de iniciativas úteis, livres e fecundas.¹³

Nessa dupla dimensão de direitos fundamentais, que da perspectiva da sociedade são direitos sociais e da perspectiva do indivíduo são direitos humanos, é que se estabelece o equilíbrio entre a sociedade e o homem, e o Estado nada mais é do que um instrumento de garantia da própria humanização da sociedade, tendo como essência o homem.

Na evolução do conceito e do papel do próprio Estado, tem-se a evolução da positivação de direitos humanos e fundamentais historicamente defendidos e o surgimento de novos direitos nunca antes imaginados. Da necessidade de equilíbrio entre a sociedade e o indivíduo é que nasce o direito e, conseqüentemente, o Estado para garanti-los. Os excessos do primado da sociedade sobre o indivíduo não passaram de um Estado absolutista e opressor do próprio homem.

¹³ BONAVIDES, op. cit., p. 139.

Segundo Bonavides,

a mais recente literatura política dos países ocidentais exprime essa linguagem, traduz essa tendência, aponta esse anseio, denota, em suma, na reconsideração crítica do passado, a efetiva reconciliação do binômio clássico: homem e sociedade.¹⁴

Uma sociedade humanitária acontece onde o homem mora com a garantia de que direitos humanos e fundamentais sejam assegurados

Apesar de a garantia dos direitos fundamentais resultar deles próprios, do seu enraizamento na consciência histórico-cultural da humanidade e da sua tradução estrutural em cada sociedade, conforme afirma Andrade, o Estado, ao positivá-los, não conclui a sua obrigação, mas apenas está iniciando, pois precisa agir para torná-los efetivos.¹⁵ Hoje, a grande preocupação do Estado contemporâneo não é saber quais são os direitos fundamentais e qual é sua natureza, pois isso é saber consolidado, mas é encontrar uma forma eficaz para que efetivamente sejam assegurados. É o que nos ensina Bobbio, ao afirmar que o problema grave de nosso tempo, com relação aos direitos do homem, não é mais fundamentá-los, garanti-los.¹⁶

O Estado, conforme afirma Ferreira Filho, é sujeito passivo em quase todos os casos. De fato, é ele que deve, principalmente, respeitar as liberdades, prestar os serviços correspondentes aos direitos sociais, igualmente prestar a proteção judicial, assim como zelar pelas situações-objeto dos direitos de solidariedade.¹⁷

¹⁴ Ibidem, p. 134.

¹⁵ ANDRADE, op. cit., p. 32.

¹⁶ BOBBIO, Norberto. *A era dos direitos*. 7. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1962. p. 25.

¹⁷ FERREIRA FILHO, Manoel Gonçalves. *Direitos humanos e fundamentais*. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 1999. p. 103.

Garantir a todos os direitos consagrados na Constituição é, sem dúvida, o grande desafio dos governantes e a base da crise do Estado. Mas como fazer isso? Como chegar a todos os cidadãos? As respostas a essas perguntas já foram dadas por muitos pensadores e políticos, mas, na realidade, é muito difícil de ser colocada em prática.

O homem necessita que seus direitos sejam respeitados e assegurados na rua, no bairro, na cidade ou local no onde mora. As novas exigências das sociedades locais pela garantia de direitos humanos e fundamentais que implicam qualidade de vida, respeito humano e dignidade são, mais do que nunca, manifestados nos movimentos sociais urbanos que lutam por serviços de saúde, educação, água, luz, esgoto, casa própria, e contra a exploração da propriedade pelos altos aluguéis, falta de segurança e humanização. Questões como meio ambiente, carestia, consumo, lazer, segurança e posturas de cidadão, antes tratados em âmbito nacional, hoje constam na pauta das associações de bairros ou mesmo de uma rua.

Nesse sentido, Bruni, ao abordar a crise por novas formas de vida, faz referência dizendo que esses movimentos se organizam na forma de sociedade de bairros, de simples associações de moradores, reivindicando melhorias específicas pelos canais da burocracia do Estado ou resolvendo espontaneamente problemas que não admitem adiamento ou espera.¹⁸ A reflexão do autor, além de revelar um enorme potencial reivindicativo, já conhecido por todos, traz consigo o desejo de uma participação mais ativa nas políticas públicas, de controlar o planejamento do Estado, o desejo de exercer socialmente a cidadania por agentes que identificam a si próprios como moradores de uma cidade e que têm, portanto, direito à sua gestão. E o pensador pugna por um Estado mais presente, capaz de mudar a vida cotidiana.¹⁹

¹⁸ BRUNI, José Carlos. *O pensamento em crise e as artimanhas do poder*. 1. ed. São Paulo: Edunesp, 1996. p. 28.

¹⁹ *Ibidem*, p. 23-34.

O descontentamento da população local e a luta por direitos fundamentais têm uma causa, conforme afirma Dória:

A brutal concentração urbana dos anos 70, a organização do trabalho em imensas unidades industriais, nas grandes cidades, combinadas com o agravamento das condições de vida dos trabalhadores, provocaram e facilitaram a união e a iniciativa dos moradores.²⁰

Essa nova consciência e exigência de formas de vida criam um novo tempo e um novo espaço de atuação política e humana, colocando em questionamento a atual prática de representação que é a ideia de alguém poder estar num lugar distante, alheio ao cotidiano, defendendo os interesses dos representados.

Bruni, nessa mesma linha de pensamento, ensina-nos que, ao lado dessas características gerais, a prática dos novos movimentos sociais vai-se dar num novo tempo e num novo espaço: o tempo e o espaço da vida cotidiana, vistos não mais como o lugar da rotina e do hábito, mas como a dimensão real e concreta onde, efetivamente, os sujeitos são sujeitados e onde se dá a experiência concreta da dominação e da opressão.²¹ É, sem dúvida, uma nova revolução, no sentido de mudar a vida cotidiana, onde de fato se concretizam as relações humanas.

As leis estão relacionadas com o povo, o governo, o aspecto geográfico do país, o grau de liberdade, de necessidades... Essas relações formam juntas o *Espírito das Leis*.²² É ineficaz a positivação de direitos humanos e fundamentais sem espelhar a realidade. A lei precisa ter o espírito do povo e só o terá quando chegar onde o cidadão mora. Caso contrário, são leis sem alma, repudiadas ou simplesmente ignoradas pelo povo. As diversidades do povo brasileiro, as diferenças climáticas e geográficas e os

²⁰ DORIA, O. *O Município: o poder local*. São Paulo: Página Aberta, 1992. p. 49.

²¹ BRUNI, op. cit., p. 27.

²² MONTESQUIEU. *O espírito das leis*. 2. ed. Trad. de Alberto da Rocha Barros. Petrópolis: Vozes, 1991. p. 13.

inúmeros graus de necessidades não estão contemplados nem na elaboração das leis nem se verificam nas condutas humanas nas diferentes realidades brasileiras.

De outra parte, Andrade afirma que é obrigação do Estado criar as condições objetivas indispensáveis à efetiva realização prática desses direitos e deveres.²³ Mas, no Estado Federativo brasileiro, a União é o Estado distante, alheio à realidade, que garante direitos iguais para realidades desiguais pelo texto constitucional, mas que, fundamentalmente, não consegue chegar até o povo e executar políticas públicas humanitárias.

Rui Barbosa já abordava essa realidade e defendia a necessidade de autonomia e liberdade dos municípios para assegurar ao homem dignidade.

Vida que não é própria, vida que seja de empréstimo, vida que não for livre, não é vida. Viver do alheio, viver por outrem, viver sujeito à ação estranha não se chama viver, senão fermentar e apodrecer. A Bahia não vive porque não tem municípios. Não são municípios os municípios baianos, porque não gozam de autonomia.²⁴

A humanização pressupõe uma nova consciência do homem que exige um Estado, que ele criou para lhe assegurar dignidade, que seja adequadamente organizado para dar respostas concretas, não apenas reconhecendo e positivando direitos humanos e fundamentais, mas os garantindo de modo a propiciando um ambiente humanitário e solidário.

Andrade, nesse sentido, afirma:

A vida dos homens em sociedade não suporta mais qualquer organização ou quaisquer regras ditadas por

²³ ANDRADE, op. cit., p. 53.

²⁴ Apud LEAL, Victor Nunes. *Coronelismo, enxada e voto*. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1997. p. 160.

puros fatos de poder, mas exige uma ordenação no sentido que corresponda a um entendimento geral ou a um consenso generalizado acerca dos respectivos interesses e relações humanas e sociais das diferentes realidades.²⁵

Não há consenso sobre as diferentes formas de vida humana, senão quando o homem vive essas formas. O consenso acontece quando, naturalmente, se estabelecem relações humanas e sociais. Portanto, o consenso não advém de uma simples organização que dita regras, quer sejam sociais, quer econômicas. Um estado centralizador como o Brasil, que obriga o cidadão a ter o mesmo comportamento humano em realidades distintas e que retira mais de 40% do PIB local em forma de tributos e os transfere para o poder central, efetivamente, não é uma organização que busca o entendimento e o consenso acerca dos interesses locais. Tratar todos os cidadãos como se fossem iguais é a forma de o Estado controlar a sociedade. Na democracia é a sociedade que deve controlar e direcionar as ações do Estado. O controle da população pelo Estado ocorreu, por exemplo, com o Estado comunista, que impôs a todos as mesmas normas de comportamento, ignorando as realidades e diversidades culturais, religiosas, morais, étnicas e históricas, fato que acabou destruindo a própria identidade, que, depois de anos, com a queda do Muro de Berlin, desesperadamente, tenta recompô-la, partindo do tempo em que foi destruída. A respeito disso, reflete Habermas:

O passado domina o futuro, na República Democrática Alemã. Ninguém é conduzido para lugar algum se não consentir e não participar. Eu creio que nós ainda não temos uma idéia correta sobre as proporções da decomposição da infra-estrutura moral da vida do dia-a-dia entre conhecidos e parentes, na família e na escola, na vizinhança e no meio comunal, no trabalho, etc.,

²⁵ ANDRADE, op. cit., p. 107.

produzida pela suspensão e intervenção administrativa. A destruição de relações informais, de grupos sociais, a dissolução de identidades sociais, a doutrinação planejada de novos valores, a erosão de normas de comportamento costumeiros, a paralisação da iniciativa e da atividade autônoma, a insegurança quanto ao direito, pelo distanciamento das relações entre onde se produz o direito e onde ele efetivamente deve acontecer, a devastação dos domínios da reprodução cultural e humana. Por tudo isso, na República Democrática Alemã, o passado domina o futuro.²⁶

As nossas cidades vivem relações humanas construídas tendo como fundamento os costumes, a cultura, os valores religiosos, morais e éticos, mas o nosso Estado centralizador vai globalizando tudo isso, ignorando as diversidades e destruindo as relações humanas locais. O resultado é o saudosismo dos mais velhos, a falta de identidade dos mais novos, tendo como consequência o desrespeito, a desconfiança e a violência a que estamos assistindo. A sociedade clama por segurança, por justiça, por leis mais rigorosas, quando o problema está no abandono das regras de convivência humana construídas nos gens, nas famílias e elevadas a normas de conduta nas relações humanas e sociais. Não haverá passado que possa dominar o futuro, depois de séculos de desrespeito e de não valorização dessas relações humanas seguras, respeitadas e éticas. Não sobrá mais nada senão a desconfiança absoluta de tudo e de todos. Para isso não haverá lei capaz de tornar obrigatórios comportamentos e relações humanas confiáveis. Uma vez valia a palavra dada, hoje nem a nota promissória garante que o vizinho vá pagar a dívida. Uma vez se podia andar na rua tranquilamente, sem medo; hoje temos que nos aprisionar dentro de nossas próprias casas. Uma vez os homens bons tinham liberdade, e os maus estavam na cadeia. Hoje os bons trancam suas portas, e os maus andam livremente

²⁶ HABERMAS, Jürgen. *Passado como futuro*. Trad. de Flávio Beno Siebeneichler. 24. ed. Rio de Janeiro: Brasiliense, 1993. p. 87-88.

nas ruas. Esses são apenas alguns exemplos do que vem acontecendo nas nossas relações sociais e humanas.

Não basta os direitos humanos e fundamentais estarem previstos na ordem constitucional como certeza de garantia dos mesmos. A ordem jurídica deve construir um ambiente humano, de respeito e de garantia da dignidade humana e não uma selva de pedras cheia de feras, cujas grades de nossas casas já não as afastam mais. Os homens nem sempre são homens. Muitas vezes, são animais selvagens. A ordem jurídica serve para garantir que todos os homens sejam efetivamente homens, humanitários, respeitosos e dignos. Por isso, a ordem jurídica mais do que um sistema de leis é um sistema de educação e construção da consciência humanitária.

Além disso, as sociedades locais não podem simplesmente trabalhar para sustentar a estrutura de um Estado centralizador, distante, que não prioriza políticas públicas locais. O homem necessita de moradia, trabalho, saúde, educação, lazer, etc. numa rua, num bairro ou numa cidade.

Zimmermann expressa o seguinte raciocínio a respeito disso:

A descentralização federativa favorece o exercício do poder político pelo cidadão comum em suas comunidades locais, nós haveremos de reconhecer deste modo, a importância do pluralismo para a democracia, segundo a qual a formação estatal pluralista haverá de preservar a diversidade dos entes verticalmente organizados e, especialmente, de garantir a participação política, os direitos fundamentais e as concepções individualistas de bem.²⁷

Hoje, no Brasil, defende-se as bandeiras da reforma política e da reforma tributária como solução para todos os problemas

²⁷ ZIMMERMANN, Augusto. *Teoria geral do federalismo democrático*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 1999. p. 185.

que enfrentamos; na realidade, essas não terão nenhuma consistência e eficácia, sem uma reforma do sistema de educação de modo que venha resgatar o comportamento humanitário e, sem uma reforma no sistema federativo, a partir da qual o poder de decisão sobre as questões de convivência humana e o incremento de políticas públicas se faça em nível local. Não há como exigir comportamentos humanitários sem o resgate e o incremento de uma educação de valores. Não há como desonerar a sociedade de mais tributos, com essa estrutura de Estado. Há um grave problema político de legitimidade e representatividade que é exatamente o distanciamento, o isolamento dos que decidem na “ilha da fantasia” que se chama Brasília.

Nesse sentido, prossegue Zimmermann:

O grande risco do Estado brasileiro reside no excesso de poderes concentrados nas mãos da União, que é a entidade estatal mais distanciada do cidadão comum. Ineficiente e incapaz de solucionar os nossos mais básicos e urgentes problemas, ela vem gerando um perigoso descontentamento social, e que até arrisca-se em inspirar os perigosos anseios separatistas. Hoje, o próprio cidadão brasileiro não mais exige que o Governo central seja forte e paternalista, aqui já reconhecendo-se que as instâncias estaduais, mas especificamente as municipais, estão melhor capacitadas para atenderem às necessidades preeminentes de cada comunidade.²⁸

Na realidade, não há interesse em devolver ao povo, que é a fonte de poder e de direito, autonomia para que exerça a democracia. A usurpação de poder das cidades livres que ocorreu quando da formação dos impérios, não foi resolvida por Montesquieu que idealizou o Estado moderno e a divisão de poderes. Ocorre que a divisão de poderes em Executivo, Legislativo e Judiciário buscou equacionar um conflito

²⁸ ZIMMERMANN, op. cit., p. 162-163.

contextualizado entre a nobreza, o clero, a burguesia e os senhores feudais de forma horizontal. Não houve uma preocupação vertical para devolver às cidades, onde mora o povo, o poder que necessitava para exercer sua autonomia política, administrativa e a execução de políticas públicas locais.

Nesse sentido, se expressa João Paulo II, na Encíclica *Centesimus Annus*, publicada em 1991:

As anomalias e defeitos, no Estado assistencial, derivam de uma inadequada compreensão das suas próprias tarefas. Também neste âmbito, deve-se respeitar o princípio da subsidiariedade: uma sociedade de ordem superior não deve interferir na vida interna de uma sociedade de ordem inferior, privando-a das suas competências, mas deve antes apoiá-la em caso de necessidade e ajudá-la a coordenar a sua ação com a dos outros componentes sociais, tendo em vista o bem comum. Ao interferir diretamente, irresponsabilizando a sociedade, o Estado assistencial provoca a perda de energias humanas e o aumento exagerado do setor estatal, dominado mais por lógicas burocráticas do que a preocupação de servir os usuários, mas ao contrário sempre com um acréscimo enorme das despesas. De fato, parece conhecer melhor a necessidade e ser mais capaz de satisfazê-la quem a ela está mais vizinho e vai ao encontro do necessitado.²⁹

A reflexão remete, obrigatoriamente, a um aperfeiçoamento e a uma adequação do sistema federativo brasileiro à realidade. A grandeza e a complexidade dos inúmeros “Brasis” são totalmente incompatíveis com a prática centralizadora de nosso atual Estado federal. É possível diagnosticar, conforme defende Zimmermann, “que o nosso regime federativo deve ser aprimorado, com a União perdendo parte das suas atribuições”.³⁰

²⁹ VATICANO. *Encíclica Centesimus Annus*, Itália, 1991.

³⁰ ZIMMERMANN, op. cit., p. 162.

Ao longo da história de nossa luta federativa, afirma Leal, “os Estados foram reduzidos à pobreza e os Municípios à miséria”.³¹ A modernização do Estado, conclui Castro, “acreditamos passa pela regionalização, assim como sua eficiência e a democracia passam pelo municipalismo”.³²

Considerações finais

Foram feitas várias reformas no Estado e se defendem novas reformas, mas nenhuma será eficaz se não atacar o crônico centralismo do Estado federativo brasileiro. O problema não está em diminuir o tamanho do Estado horizontalmente, criando apenas mecanismos livres da burocracia na esfera federal, na administração gerencial ou, simplesmente, transferindo para a iniciativa privada funções mantidas sob o comando do Estado. É preciso, fundamentalmente, também, compreender que instâncias políticas locais podem, com mais eficiência, desempenhar a maior parte das atividades do Estado que dizem respeito ao cidadão. A última reforma do Estado brasileiro trouxe, numa análise mais aprofundada, a preocupação egoísta de solucionar não o problema do Estado brasileiro, mas da União, terceirizando funções, criando mecanismos de desburocratização e flexibilização dos serviços, repassando atribuições aos Estados-membros e municípios sem nenhuma preocupação com o espírito e os princípios federativos de real descentralização do poder, na medida necessária a cada uma das esferas, especialmente sobre a autonomia financeira. Não avança no sentido de valorizar as estruturas do nosso sistema federativo e, por consequência, não acredita na própria eficiência de suas entidades federativas, especialmente os municípios. Ignora que a eficiência e a autonomia administrativas se darem por descentralização política,

³¹ LEAL, op. cit., p. 176.

³² CASTRO, José Nilo de. *Direito Municipal Positivo*. 4. ed. ampl. e atual. Belo Horizonte. Del Rey, 1998. p. 288.

que consiste no poder de fazer leis e na competência de executar políticas públicas locais.³³

O Estado, já afirmava Platão, consolida-se na autonomia e na liberdade de organização das cidades.³⁴ Acreditamos que não exista um Estado ideal que possa satisfazer todos os homens, mas, sem dúvida alguma, o estado mais próximo do povo tem como de apresentar condições ideais de organização, pois o homem é um ser transcendente que busca eternamente a configuração de uma vida sempre mais justa. O próprio Estado ideal de Platão não apresenta a solução para problemas relativos à justiça.

O que Platão apresentava no Estado é, na verdade, sua constituição, sua organização e não uma ordem completa, regulando materialmente as relações humanas. Ele mostra apenas as condições organizacionais sob as quais a vida pode configurar-se de maneira justa, mas não a própria vida configurada de maneira justa.³⁵

A tão decantada dignidade humana que está como fundamento do Estado brasileiro, nada mais é do que o humanismo, pois quem não tem dignidade não é humano, e quem não é humano não tem dignidade. São qualidades e necessidades inerentes ao próprio homem, que necessitam ser cultivadas e asseguradas por uma sociedade organizada.

O Estado que ignora isso não tem sentido seu existir, pois não está presente onde mora o homem, não deixa o homem ser homem e não assegura respeito, dignidade e convivência humana. Ignora que há uma dependência dos direitos humanos e fundamentais com relação às formas de vida, onde, efetivamente,

³³ BRASIL. *Plano Diretor da Reforma do Aparelho do Estado*. Brasília: Presidência da República, 1995. p. 54-58.

³⁴ *Ibidem*. p. 35.

³⁵ PLATÃO. *A República*. Trad. de José Manuel Pabón. Madri: Alianza, 2000. p. 34.

ela acontece, com a organização da ordem jurídica de forma que seja capaz de transformar a norma de conduta, resultado de um processo natural de educação humanitária, em respeito a cada ser humano e a cada sociedade concreta. Sem isso, não há como se falar em garantia de direitos fundamentais e em sociedade humanitária.

Referências

- ABBAGNANO, Nicola. *Dicionário de filosofia*. São Paulo: Mestre Jou, 1970.
- ANDRADE, José Carlos Vieira de. *Os direitos fundamentais na Constituição portuguesa, de 1976*. Coimbra: Almeida, 1987.
- BONAVIDES, Paulo. *Do Estado Liberal ao Estado Social*. 6. ed. São Paulo: Malheiros, 1996.
- BOBBIO, Norberto. *A era dos direitos*. 7. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1962.
- BRASIL. Plano Diretor da Reforma do Aparelho do Estado. Brasília: Presidência da República, 1995.
- BRUNI, José Carlos. *O pensamento em crise e as artimanhas do poder*. 1. ed. São Paulo: Edunesp, 1996.
- CANOTILHO, J. J. Gomes. *Direito Constitucional e teoria da Constituição*. 2. ed. Coimbra: Almedina, 1998.
- CASTRO, José Nilo de. *Direito Municipal Positivo*. 4. ed. ampl. e atual. Belo Horizonte: Del Rey, 1998.
- DIAZ, Elias. *De la maldad estatal y la soberania popular*. 5. ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1997.
- DORIA, O. *O Município: o poder local*. São Paulo: Página Aberta, 1992.
- FERREIRA FILHO, Manoel Gonçalves. *Direitos humanos e fundamentais*. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 1999.
- GUERREIRO, Manuel Medina. *La vinculación negativa del legislador a los derechos fundamentales*. Madri: Ciencias Jurídicas, 1996.
- HABERMAS, Jürgen. *Passado como futuro*. Trad. de Flávio Beno Siebenechler. 24. ed. Rio de Janeiro: Brasiliense, 1993.
- LEAL, Victor Nunes. *Coronelismo, enxada e voto*. 3. ed. Munchen: Beck, 1991.
- LLOYDE, Dennis. *A idéia de lei*. 2. ed. Trad. de Álvaro Cabral São Paulo: M. Fontes, 1998.

MONTESQUIEU. *O espírito das leis*. 2. ed. Trad. de Alberto da Rocha Barros. Petrópolis: Vozes, 1991.

PLATÃO. *La República*. Trad. de José Manuel Pabón. Madri: Alianza, 2009.

KELSEN, Hans. *Teoria geral do Direito do Estado*. 2. ed. São Paulo: M. Fontes, 1992.

ZIMMERMANN, Augusto. *Teoria geral do federalismo democrático*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 1999.

Relações de consumo ou o consumo de relações: as relações afetivas na contemporaneidade

Henrique Mioranza Koppe Pereira*
Rafaela Beal Bossardi**

Introdução

O título da obra *Relações de consumo e humanismo* logo remeteu a discussões que são realizadas em relação às novas demandas encontradas nas práticas da psicologia e do Direito e que, certamente, também são encontradas nas de outras áreas. Tais demandas se apresentam tanto na prática profissional em troca, de experiências disciplinares, quanto para perceber mazelas sociais como a busca incessante por prazeres imediatos, acarretando drogadição, impulsividade e consumo de coisas e pessoas a partir da sociedade de consumo, os quais irão constituir pilares de sustentação do sujeito individual e refletir diretamente na sociedade e na normatização de conduta. A busca pela satisfação é realizada sem a medição de consequências e sem o respeito pelo outro como sujeito. É evidente o individualismo

* Doutorando em Direito com foco em Diversidade de Políticas Públicas pela Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc), Mestre em Direito com foco em Novos Direitos pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), Bacharel em Direito pela Universidade de Caxias do Sul (UCS) e professor pesquisador e colaborador no grupo “Metamorfose Jurídica” da UCS. *E-mail:* henriquekoppe@gmail.com.

** Mestranda em Psicologia Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Especialista em Psicologia Organizacional pela Faculdade da Serra Gaúcha (FSG) e Psicóloga pela Universidade de Caxias do Sul (UCS). *E-mail:* rafaelabossardi@yahoo.com.br

resultante daí, (trans)configurando os relacionamentos afetivos na atualidade. Essas características são próprias da contemporaneidade, uma cultura emergente da mudança histórica ocorrida no Ocidente para uma nova forma de capitalismo.

Com a intenção de compreender de forma interdisciplinar essa nova configuração da sociedade atual este texto a compartilhar com o leitor a discussão que já vem sendo realizada há algum tempo. Para tanto, primeiramente, é apresentada a contextualização da cultura contemporânea, desde seu advento até as suas consequências encontradas na atualidade, no que se refere aos modos de ser, de viver e de se relacionar que são estabelecidos como conduta comum a partir dos estímulos da sociedade de consumo. Para auxiliarmos nessa análise, o segundo capítulo se propõe a refletir tais questões a partir dos imperativos categóricos kantianos, para que fique explícita a lógica a que estão submetidas as relações afetivas. Após essa análise, o terceiro capítulo propõe uma discussão a respeito do que foi exposto e proposto até então para, finalmente, apresentarmos a conclusão deste trabalho.

Primeiramente se faz interessante salientar, a fim de que se atente para o que se tornou o sujeito e as suas relações afetivas na sociedade de consumo, onde o alicerce principal se constitui na relação de consumo, que foi durante esta escrita que surgiu a ideia de formular questões e apresentá-las ao leitor em forma de trocadilho/provocação: relações de consumo ou consumo de relações?

A “fabricação” do sujeito na sociedade de consumo do século XXI

A sociedade atual apresenta características peculiares no que diz respeito aos sujeitos que a compõem e às respectivas relações entre si. Tais características vêm sendo transformadas no decorrer dos acontecimentos que a história da humanidade elucidada. Mas

foi principalmente a partir do advento do capitalismo que a sociedade sofreu transformações significativas.

Com a Revolução Industrial, houve a necessidade de ampliar os índices de produtividade e de competitividade no mercado. Para tanto, lançaram-se mão de técnicas específicas que subordinavam o corpo a um mero instrumento de produção, que precisava ser disciplinado e despossuído de seu aparelho psíquico e intelectual.¹ A mercadoria passou a dominar o mundo com a imposição autoritária de um crescimento quantitativo, por meio de uma economia que passou a escravizar o trabalho humano alienando-o a prosseguir seu serviço infinitamente.

A manutenção rigorosa do mercado de consumo e seu conseqüente excesso de produção, engendrado a partir daí, ocasionaram a superabundância de mercadorias, com reformulações no modo de produção. Essa já não era destinada apenas ao suprimento das necessidades básicas da população, como alimento e vestimenta; outras necessidades passaram a ser despertadas nas pessoas para que mais lucro fosse gerado. Com isso, o proletariado, e todos os que eram subjugados à condição exclusiva de mão de obra, passaram a ser humanizados sob o disfarce de consumidor. O consumo, assim, passou a ser uma obrigatoriedade e uma função do cidadão, para que se dê continuidade ao processo, sob pena de desumanização do sujeito. Para que se consiga cumprir isso, a mercadoria é destinada fragmentadamente a indivíduos também fragmentados. A partir de então, se observa “uma forte voracidade pela posse em si de mercadorias como fator de distinção social”.² As concepções da sociedade do século XXI passam a reduzir a reificação individual imposta às mercadorias.

Essa sociedade de consumo, a fim de moldar o sujeito de forma a contribuir com o sistema produtivo, utiliza-se do

¹ DEJOURS, C. *A loucura do trabalho: estudo de psicopatologia do trabalho*. 5. ed. São Paulo: Cortez-Oboré, 1992.

² Coelho, R. F. da J.; SEVERIANO, M. de F. V. História dos usos, desusos e usura dos corpos no capitalismo. *Revista do Departamento de Psicologia – UFF*, v. 19, n. 1, p. 83-100, jan./jun. 2007.

espetáculo dos meios de produção para vender um modelo de vida ideal pré-formatado e adequado a todos os sujeitos, para os quais direciona autoritariamente as suas ações e escolhas, para que possam ser aceitos como participantes dessa sociedade. O consumo será decorrente dessa escolha, dessa visão de mundo instituída.³

Reforçando a lógica do consumo, a mídia é apontada como onipresente nos dias atuais. Para o cineasta, filósofo e militante político Guy Debord, em seu livro *A sociedade do Espetáculo*, a mídia direciona a identificação do sujeito com as imagens dominantes de necessidades e, logo, à não experimentação real do mundo, produzindo a alienação do sujeito em relação à “sua própria existência e seu próprio desejo”.⁴ Diante do excesso de imagens midiáticas que prometem preencher o vazio existencial, o sujeito entra numa cilada ao acreditar que o consumo poderá preencher tal vazio.⁵ Ele acaba sem possibilidades de interrogar a respeito de seu próprio desejo e ir em busca do que lhe falta. A subjetividade, diante de tantas possibilidades e apenas tendo a tarefa de escolher uma ou tantas delas, se torna empobrecida. O espectador é poupado do trabalho de pensar e refletir criticamente sobre o mundo à sua volta e sobre suas próprias questões e escolhas.

O imediatismo, como valor atual, está intimamente relacionado com a sociedade de consumo e do espetáculo, na qual, pela prevalência da imagem, para ser, é preciso ter. Nessa lógica, vale tudo para aparecer, incluindo a submissão da subjetividade para a objetividade e do *ser* para o *ter*.⁶ Assim, a subjetividade do sujeito contemporâneo se apresenta como um

³ DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2009. p. 14-15.

⁴ Idem.

⁵ VILHENA, Júnida de; MEDEIROS, Sérgio; NOVAES, Joana de Vilhena. *A violência da imagem: estética, feminino e contemporaneidade*. *Mal-Estar e Subjetividade* – Revista da Universidade de Fortaleza, Fortaleza, v. V, n. 001, p. 109-144, 2005.

⁶ BETTS, Jaime. Parecer ou não ser, eis a questão. In: BERARDI, Bem et al. (Org.). Rio Grande do Sul. Governo do Estado. Secretaria de Estado da Cultura. Casa de Cultura Mario Quintana e Associação Psicanalítica de Porto Alegre (APPOA). *Seminários Espetaculares*. Porto Alegre: Corag, 2002.

grande dogma, indiscutível e inacessível, que afirma que “o que aparece é bom, o que é bom aparece”.⁷

Debord explica que, primeiramente, a economia passou a dominar a vida social a ponto de definir toda a realização humana como uma evidente degradação do *ser* para o *ter*. E, mais atualmente, após os resultados da economia, deslizou-se das concepções do *ter* para o *parecer*; dessa maneira, é imposto ao *ter* o prestígio imediato, e sua função mais importante, a aparência. Sendo assim, outrora era importante a constituição do *ser* em si; com a dominação da economia, o *ter* passou a ser o paradigma da constituição do sujeito; já na atualidade, ambas as formas de sustentação do sujeito se tornam obsoletas e dão lugar ao predomínio do paradigma da aparência.

Elias comenta sobre os sujeitos contemporâneos:

É possível que seja um pouco mais difícil as pessoas se contemplarem e analisarem, sem a obstrução de seus próprios anseios e temores, do que é para elas erguer o véu que esconde a natureza inanimada. Está perfeito que os filósofos nos exortem, ao longo dos séculos, com o seu “conheça-te a ti mesmo!”; mas talvez a maioria das pessoas, ao ouvir essa injunção, pense e sinta: “não queremos saber muita coisa a esse respeito”.⁸

Assim, essa lógica desdobra-se na concretização da técnica do exílio, uma humanidade que passa a viver apenas em seu universo ilusório, em sua crença, que cria um paraíso terrestre onde tudo o que *não é* parece *ser*; substituindo as verdades da religião e da ciência. Nessa forma de pensamento e de ação humana, podem ser discernidos três estágios:

Há um estágio religioso antropocêntrico, no qual as esperanças e temores da humanidade se condensam

⁷ DEBORD, *A sociedade do espetáculo*, 2009. p. 24.

⁸ ELIAS, Norbert. *A sociedade dos indivíduos*. Rio de Janeiro: Zahar, 1994. p. 69.

numa crença socialmente predeterminada em espíritos punitivos ou realizadores de desejos; um estágio metafísico-filosófico, em que conceitos abstratos como “natureza”, “razão” ou “espírito” compõem um outro panteão, esse de entidades metafísicas; e, finalmente, um estágio científico positivista em que todas as ideias, conceitos e teorias se tornam antidogmaticamente corrigíveis pela pesquisa sistemática e verificáveis pela aplicação.⁹

Portanto, existem novos dogmas que constituem a verdade do universo contemporâneo e que tomam o lugar deixado pelas verdades dos universos anteriores, assim como já acontecera anteriormente na história da humanidade. Nietzsche, em sua obra *Gaia ciência*, faz sua célebre afirmação “Deus está morto”; seu texto, na íntegra, coloca:

após o Buda estar morto, sua sombra ainda era mostrada por séculos em uma caverna, uma horrenda, sombra enorme. Deus está morto, mas dada a forma de homens, ainda pode haver cavernas há milhares de anos em que sua sombra será mostrada. E nós, ainda temos que vencer sua sombra, também!¹⁰

Com isso, o filósofo tem o intuito de mostrar que os antigos paradigmas haviam sido derrotados, mas que as sombras desses permaneceriam por séculos a atormentar as novas eras.¹¹ Sombras essas são absolutamente evidentes na atualidade; sombras que lembram os dogmas com que os iluministas batalharam, dogmas de subordinação irracional, de formação de um sujeito heterônomo, de uma fé inquestionável (hoje deslocado para a

⁹ ELIAS, op. cit., p. 65.

¹⁰ NIETZSCHE, *Gaia ciência*. São Paulo: Abril, 1984.

¹¹ No texto *novas lutas*, § 108 da obra *Gaia ciência*, Nietzsche afirma: NIETZSCHE, *Gaia ciência*. São Paulo: Abril, 1984.

inquestionabilidade dos meios de produção e do mercado), sombra de paradigmas que oprimem a própria formação do sujeito. Assim, insurgem das sombras velhas formas de dominação, travestidas de novos paradigmas, novas formas absolutas que, apesar de estarem ligadas a objetos atuais que não os de épocas anteriores, fazem referência à mesma maneira de lidar com questões atuais. Nesse sentido, a sociedade atual é considerada uma “entidade supra-individual a cujas leis os seres humanos estão impotentemente submetidos, como submetidos estavam os gregos à inevitável determinação do destino”.¹²

Dessa forma, é possível afirmar que, na sociedade atual, o espetáculo, ao abusar do mundo da visão e das técnicas de difusão massificada das imagens, é capaz de sustentar uma *Weltanschauung*,¹³ que constituirá para o sujeito as verdades e as realidades sobre o mundo. Tal fenômeno impõe uma subjetividade aos sujeitos e a coletividade que reduz a autonomia da construção subjetiva do sujeito ao impor os critérios de autorreferência, assim como os conceitos de mundo e de agir no mundo.¹⁴ Evidentemente, a partir dessa imposição “espetacular” de uma forma de ser e pensar, a subjetividade constitui-se de forma completamente heterônoma, elaborando uma racionalidade cognitiva, moral e estética, que, por sua vez, obriga o indivíduo a racionalizar como tal, incidindo sobre a escolha e a vontade do mesmo. Essa subjetividade ultrapassa os limites das circunstâncias e dos contextos, por serem os limites da subjetividade heterônoma.

Nessa lógica capitalista, imediatista, torna-se quase insuportável o adiamento da satisfação para os sujeitos. A mídia constantemente afirma que o homem pode e deve satisfazer todos os seus desejos e de forma imediata. Todos os meios para se alcançar os objetivos almejados se tornam possíveis: o outro se torna objeto de satisfação de suas necessidades e desejos.¹⁵ O

¹² ELIAS, op. cit., p. 66.

¹³ *Weltanschauung*: crença; *Welt*: mundo; *anschauung*: ideologia/modo de ver/visão.

¹⁴ GUATTARI, Félix. *As três ecologias*. Campinas: Papyrus. 2004. p. 34.

outro, tomado como objeto de satisfação das necessidades do sujeito, não é percebido como alteridade e distinto desse.

Nesse sentido, no lugar de relacionamentos, de um encontro com o outro, numa relação em que cada um possa desenvolver-se emocionalmente, o que ocorre é a possessão de um sujeito pelo outro, uma disputa em que os dois lutam por seus próprios interesses, numa reprodução incessante dos moldes da cultura capitalista.¹⁶ Na ilusão de que isso é possível, de que o outro pode nutrir as necessidades do sujeito, os relacionamentos acabam por fracassar, o que impulsiona a busca incessante do sujeito por outros objetos de satisfação dos prazeres imediatos, num círculo vicioso sem corte. É dessa maneira que os relacionamentos atuais se configuram como frágeis, efêmeros, líquidos, descartáveis...

O descarte é outra característica da contemporaneidade que se alia à lógica do consumismo. Esse prevê a constante troca de objetos, tanto coisas como pessoas. Essa maneira de lidar com o mundo se instaura na subjetividade das pessoas, alimentando a formação de identidades e o funcionamento de toda uma sociedade em tais moldes.¹⁷ O sujeito, para que possa se adequar à tal lógica, tem a sua identidade fragmentada e reinventada a todo instante, passando a ser colocada como objeto do outro. Nisso, o corpo é disposto como espetacular e objeto de uso. O sexo assim está a favor do imediatismo e das satisfações, dos

¹⁵ Alguns autores alertam para o cuidado no uso do conceito de *desejo*. Baroncelli, por exemplo, afirma que na lógica do consumo, não existe desejo de consumir, e sim, que isso já se configurou como um impulso para tal. Porém, aqui utilizamos o termo sem conotar tal diferenciação, tendo em vista que, primeiramente, há um desejo e, diante desse, não há uma reflexão sobre o que fazer com ele, que é simplesmente encaminhado para a satisfação imediata, de forma impulsiva e sem limites. (BARONCELLI, Lauane. Amor e ciúme na contemporaneidade: reflexões psicossociológicas. *Psicol. Soc.*, Florianópolis, v. 23, abr. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-71822011000100018&Ing=pt&nrm=iso>. Acesso em: ...

¹⁶ Idem.

¹⁷ JUSTO, José Sterza. O “ficar” na adolescência e paradigmas de relacionamento amoroso da contemporaneidade. *Dep. Psicol.* – Revista da UFF, Niterói, v. 17, n. 1, jun. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-80232005000100005&Ing=pt&nrm=iso>. Acesso em: set. 2011.

prazeres de forma instantânea e descompromissada com o estabelecimento de vínculos duradouros e amorosos.

Esse tipo individualista de relacionar-se satisfaz as personalidades narcisistas, cada vez mais predominantes na contemporaneidade. Tal como bebês que precisam que suas necessidades sejam satisfeitas imediatamente, essas personalidades se relacionam de forma instantânea. A frustração que, de acordo com algumas teorias psicanalistas, é organizadora da personalidade, não é tolerada.¹⁸

Enfim, a fabricação do sujeito se dá tal como um brinquedo: bonito, útil, colorido e barulhento, mas que logo é descartado pela criança ao se deparar com outro com características mais marcantes. Ela procura outros que possam despertar seu interesse. Então, tal como um processo produtivo, o sujeito fabricado passa a ser mercantilizado, consumido por relacionamentos.

A fim de demonstrar como o consumo de relacionamentos e relações se dá na sociedade contemporânea, o item seguinte propõe a associação do explanado até aqui com os imperativos categóricos de Kant, que auxiliam na compreensão de como as imposições dessa sociedade influenciam diretamente na vida cotidiana de seus sujeitos e nas formas de se relacionarem entre si.

Mercantilização do ser, do corpo e do sexo

Com a subjetividade estimulada pela sociedade de consumo, encontram-se os dizeres de uma conduta hedonista que ensina o indivíduo a buscar repetidamente a satisfação de desejos volúveis e imediatos de forma solipsista. Mal algum teria em buscar o prazer individual, porém o que acontece é que a realização desses desejos passa a ser a forma constitutiva do ser, ou seja, a concretização como sujeito e como ente que age no mundo passa a ser alicerçada na realização dos desejos. Com isso, acaba por se constituir uma inversão teleológica do ser humano, pois o

¹⁸ Idem.

indivíduo passa a ser o meio de realização desses desejos individualistas, os quais se tornam a finalidade constitutiva do sujeito fabricado pela sociedade de consumo.

Após a tomada do ser, se dá o sequestro constitutivo do outro, que passa a ser visto (pelo indivíduo consumidor de relações) como uma ferramenta para realizar desejos, que não consegue realizar sozinho. Ocorrendo aqui o literal consumo de relações humanas.

O que mais interessa para a presente explanação é versar como, na sociedade de consumo constituída por sujeitos consumidores, a busca de realização de desejos sexuais é estimulada por produtos como pornografia e ideais de relacionamentos importados pela indústria cinematográfica. Através de um momento solipsista e hedonista em que a apresentação desses produtos constitui inúmeras imagens e ideais de realizações possibilitadas pelo espetáculo produzido, o indivíduo constitui, imaginariamente, todos os seus desejos de realização para com o outro e passa a acreditar que a finalidade de sua vinda neste mundo está ligada à concretização desses ideais.

E, para demonstrar a veracidade dessa situação, aqui se fará um paralelo com os estudos kantianos sobre a moral, os quais versam sobre a conduta do indivíduo e sobre as expectativas que a sociedade deposita no sujeito criado em seu seio. Trabalhar-se-á, aqui, a ideia de imperativos categóricos trazida pelo pensador na obra *Metafísica dos costumes* (1798)¹⁹ e a partir dessa teoria se entenderá como o consumo de relacionamentos, a objetificação do corpo e do sujeito representa uma lógica que favorece o mercado que alimenta a sociedade de consumo.

Sobre a teoria kantiana, o autor considera a moral como um valor fundante para a organização jurídica e social, pois, a partir desse valor, poder-se-á identificar quais condutas são boas para a sociedade e, conseqüentemente, para o indivíduo e quais condutas são ruins, devendo essas, então, serem reprimidas pela sociedade em um âmbito moral e, até mesmo, se necessário, em um âmbito

¹⁹ KANT. *Metafísica dos costumes*. São Paulo: Edipro, 2002.

jurídico. Resta deixar claro que isso não se trata de um discurso moralista, que defende ideais instituídos em determinados contextos no espaço/tempo ou que fornece guarida a interesses pessoais ou de coletividades restritas. As reflexões fornecidas pela lógica dos imperativos categóricos de Kant são aplicáveis a qualquer sociedade, visto que permitem uma observação de segunda ordem a partir dos pressupostos compreendidos pela cultura da sociedade analisada.

Portanto, os imperativos categóricos têm como objetivo diferenciar uma *ação moral* de uma *ação imoral*, que se traduz como uma *ação que interessa* ou *não interessa* às expectativas sociais. Sendo assim, as obrigações morais serão resultantes do imperativo categórico, que pode ser estabelecido a partir de três fórmulas que são traduzidas da seguinte forma:

- A *primeira fórmula* consiste na construção de uma lei universal de acordo com a ação que se deseja distinguir a partir da perspectiva do sujeito: “Age somente em concordância com aquela máxima através da qual tu possas ao mesmo tempo querer que ela venha a se tornar uma lei universal.”
- A *segunda fórmula* aponta à reação da humanidade de acordo com a ação em questão e que possa atuar sobre o sujeito: “Age por forma a que uses a humanidade, quer na tua pessoa como de qualquer outra, sempre ao mesmo tempo como fim, nunca meramente como meio.”
- A *terceira fórmula*, considerada a fórmula da autonomia, é uma síntese das duas prévias: aponta o dever da ação de forma que o sujeito possa enxergar a si próprio do mesmo modo que legisladores universais que observam suas ações como máximas universalizáveis que agem no mundo, autonomamente, de acordo com a razão e a constituição de sua própria personalidade.

A partir dessa lógica apresentada pelos imperativos categóricos kantianos, pode-se fazer a verificação do enquadramento moral dos pressupostos de conduta estipulados pela sociedade de

consumo sobre as relações humanas, para que, assim, fique claro como encontrar a relação mercadológica que se estabelece em uma sociedade que “consome relacionamentos”, pois a universalização do ato de “consumir/não consumir relacionamentos” irá repercutir de forma positiva/negativa de acordo com as expectativas da sociedade de consumo. Portanto, se for entregue à análise dos imperativos categóricos a máxima “consumir relacionamentos” ou “entregar-se a relacionamentos efêmeros”²⁰ perceber-se-á que a volatilidade dos relacionamentos leva o sujeito a uma insegurança de ordem social, jurídica e psicológica.

Para fins de reflexão, questiona-se: por que é estimulada uma conduta que, aparentemente, na perspectiva da moral kantiana, não representa um benefício ao sujeito? A quem beneficiaria essa conduta? Sendo assim, na suspeita de que haveria a objetificação do sujeito como um meio para retroalimentar o estamento social consumerista, propõe-se realizar uma análise com o objetivo de encontrar qual é a conduta que resultaria em maior lucro para as instituições presentes na sociedade de consumo ao invés de se preocupar com o bem-estar do sujeito como quer a moral kantiana. Para isso, basta fazer um paralelo a partir da mesma lógica de maximização que é proposta por Kant: qual conduta é passível de maior giro financeiro: relações sólidas e duradouras ou voláteis e descartáveis?

De acordo com a universalização de cada uma dessas posturas, pode-se fazer uma análise acerca de: qual delas daria mais fomento à sociedade de consumo, ou seja, qual dessas duas condutas, universalizadas, estimulará mais o vínculo dos sujeitos com o mercado de produtos e de serviços?

Para isso, se fará uma analogia dos imperativos categóricos, que foram construídos para se entender a moral existente na racionalidade humana, porém, aqui, se utilizará esse método não

²⁰ BAUMAN, Zygmunt. *Amor líquido*. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

no sentido de se diferenciar moral de imoral, mas diferenciar lucro de prejuízo que é o valor mais importante da sociedade de consumo. Sendo assim, ao se universalizar a efemeridade das relações, a volatilidade dos vínculos humanos e ao perecerem os laços conjugais, encontrar-se-ão sujeitos que buscarão com muito mais frequência o consumo de produtos ou serviços, pois frequentarão muito mais bares, boates, motéis, cafés e outros serviços de espaços de relacionamentos; buscarão consumir mais roupas, automóveis, serviços de salão de beleza, cirurgia plástica e outros produtos e serviços vinculados à aparência e à tentativa de atrair o outro; além disso, ao longo da vida poderá haver uma chance maior de não ter só uma, mas várias casas completas para o convívio familiar no decurso da vida.

Em contrapartida, ao universalizar a solidez do vínculo emocional, a perpetuidade das relações humanas e ao exaltar os laços conjugais, passa-se a ter uma redução significativa da procura ter produtos e serviços salientados na reflexão anterior, pois os sujeitos que têm vínculos emocionais sólidos estarão menos suscetíveis a buscar espaços de relacionamentos; não depositam tantos esforços financeiros na construção de sua imagem e aparência física; e, por fim, com estabilidade emocional, reduzem significativamente a divisão de residências para que se constitua outra e, assim, sucessivamente. Salienta-se que não se constituiria em recusa ao consumo, mas uma redução da procura diante da forte estruturação do sujeito e de seus vínculos humanos, que deixa de depender do consumo para se perceber como sujeito no mundo.

Com isso, comprova-se que a fragilidade dos vínculos humanos passa a fortalecer a sociedade de consumo, assim como a sociedade de consumo passa a enfraquecer os vínculos humanos, pois o sujeito é constantemente impulsionado a consumir como se isso fosse a sua motivação vital, seu sentido de vida, sua essência, que o constitui como ser humano. Sendo assim, o consumo passa a expandir seu sentido ao se utilizar de ideais humanos: consumir para ser belo, consumir ecoprodutos para ser protetor do meio ambiente, consumir para ser livre, consumir para ser corajoso,

consumir para ser solidário, consumir para ser *hippie*, consumir para ser homem, consumir para ser mulher, consumir para ser heterossexual, consumir para ser homossexual, consumir para ser saudável, consumir para ser popular, consumir para ser anticapitalista, consumir para ser *cult*, consumir para ser forte, consumir para ser criança, adolescente, adulto e ancião e, assim, sucessivamente.

Isto é, consumir até chegar ao ponto que se tem que consumir para ser desenvolvido, pois os índices de consumo são extremamente significativos para medir o nível de desenvolvimento de uma nação.

Consumir-se ou não se consumir, eis a questão:

a libertação do sujeito que se constitui no consumo

Compreende-se, assim, que, na sociedade contemporânea, as pessoas são impelidas a adotarem um modo predefinido de ser e agir que, representado pelo consumo, estipula estilos de vida e determina a maneira como os sujeitos devem ser, agir e se relacionar.²¹ Lembra-se que “tais padrões de estilo de vida também podem, algumas vezes, envolver a rejeição mais ou menos deliberada das formas mais amplamente difundidas de comportamento e consumo”,²² todavia, de uma forma ou de outra, irá determinar como e o que o sujeito irá consumir. Esse processo se confunde com o desenvolvimento natural do *eu*, no qual as pessoas causam um efeito no ambiente em que vivem, assim como são transformadas pelo meio em que se encontram. Tal transformação incide diretamente na construção do *eu* que está vinculado ao modo de agir e à moral. Assim, o sujeito passa a ser constituído pelo incessante consumo e somente a partir desse ele passa a existir na sociedade de consumo, *construção do eu* no consumo.

²¹ BARBOSA, Livia. *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2004. p. 34.

²² GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2002. p. 13.

Essa mercantilização da formação do sujeito que apresenta pacotes prontos chamados “estilos de vida”, rompe com o processo natural de desenvolvimento do *eu*, no qual, ao invés de o sujeito identificar-se com a história e a cultura que o rodeia, passa a se identificar com produtos, logo, passa a submeter os juízos sobre si e sobre o outro às definições mercadológicas, o que acaba por predefinir sua conduta, seus desejos, sua moral, sua relação consigo e, principalmente, seu modo de se relacionar afetivamente com o outro. É importante salientar que não se nega aqui, que o consumo faça parte da história e da nova cultura que se impõe, pelo contrário, é algo novo que suscita questionamentos sobre que tipos de subjetividades e relacionamentos se produzem a partir disso.

Definitivamente, o processo de constituição do sujeito não é marcado nem pelo instantâneo nem pelo imediato. O efeito da influência do universo que rodeia o sujeito na formação de sua personalidade é uma decorrência natural do desenvolvimento do *eu*, pois o sujeito assume diversas identidades diferentes, de acordo com os momentos que se apresentam no cotidiano, as quais não mantêm um vínculo unificado com o *eu* coerente. Em todos os sujeitos, existem identidades contraditórias que impelem o homem a anseios e desejos em diversas direções o que ocasiona um constante deslocamento de identidade. O sentimento do indivíduo que afirma ter uma identidade unificada que perpassa toda a sua vida até a morte se dá apenas na construção de uma “narrativa do eu” que conforta e ilustra o passado de um indivíduo, mas deixará de contemplar as angústias e lutas travadas no *ego* do sujeito. Por isso, a identidade plena e sólida é uma fantasia que está distante da realidade atual em que os sistemas de significações culturais se mantêm em constante multiplicação e incidem diretamente na formação das identidades possíveis com as quais os sujeitos podem se identificar, ao menos temporariamente.²³

²³ HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2006. p. 13.

Nesse sentido, fica evidente a transição teleológica do sujeito que passa da sua finalidade em si mesmo para constituir a finalidade última do sujeito em *consumir*. Tal processo torna o sujeito um objeto, o que fará com que ele perceba a si próprio e o outro como via de realização para o consumo, o que, conseqüentemente, tornará também as relações afetivas relações de consumo, pois dois objetos não são capazes de se relacionar afetivamente, mas são passíveis de consumo, de atingir sua finalidade última.

Habermas faz uma explanação sobre a construção hegeliana da subjetividade, cujos ideais modernos positivistas desejava suprimir, pois não passa de um princípio de dominação que coloca o homem em posição de objeto, de forma autorreferente, ou seja, o oprimido se oprime por si mesmo. Nesse contexto,

Hegel não vê a diferença entre o mongol selvagem, que se encontra submetido a uma dominação cega, e o filho racional da modernidade, que só obedece ao seu dever, na diferença entre servidão e liberdade, mas apenas no fato de aquele ter o amo fora de si e este o amo dentro de si e ser, simultaneamente, o servo de si mesmo: para o particular, para as tendências, as inclinações, o amor patológico, a sensibilidade, ou lá como lhe chamam.²⁴

É preciso um longo *aprendizado* para que se instaure o sujeito social. Preso à rede de fascínio da mídia-cultura, vive-se um logro, já que mecanismos psíquicos complexos estão imbricados na possibilidade de alcançar o estado de prazer-satisfação, e esses mecanismos, atrelados aos processos de socialização, atestam que, para se ascender ao social, há que se parcializar a onipotência

²⁴ HABERMAS, Jürgen. *O discurso filosófico da modernidade*. Lisboa: Publicações Don Quixote, 1990. p. 37.

infantil, própria do narcisismo primário, onde temos a certeza que podemos.²⁵

Como se pôde perceber,

os modos de vida colocados em ação pela modernidade nos livraram, de uma forma bastante inédita, de todos os tipos tradicionais de ordem social. Tanto em extensão, quanto em intensidade, as transformações envolvidas na modernidade são mais profundas do que a maioria das mudanças características dos períodos anteriores. No plano da extensão, elas serviram para estabelecer formas de interconexão social que cobrem o globo; em termos de intensidade, elas alteraram algumas das características mais íntimas e pessoais de nossa existência cotidiana.²⁶

Em sendo assim, questionam-se os paradigmas da sociedade de consumo que se têm instituído e que definem as relações afetivas. Demonstrou-se, assim, que a força da subjetividade capitalista toma as construções subjetivas para si e para auxiliar em seu desenvolvimento. Como afirma Guattari, a modernidade é dotada de uma subjetividade capitalista que afirma essa redução do conceito de razão, preenchendo o indivíduo com um universo ilusório-cognitivo, que objetiva um desenvolvimento material imediato e antropocêntrico:

A subjetividade capitalística, tal como é engendrada por operadores de qualquer natureza ou tamanho, está manufaturada de modo a premunir a existência contra toda intrusão de acontecimentos suscetíveis de atrapalhar e perturbar a opinião. Para esse tipo de subjetividade, toda a singularidade deveria ser evitada, ou passar pelo

²⁵ VILHENA, Júnida de; MEDEIROS, Sérgio; NOVAES, Joana de Vilhena. *A violência da imagem: estética, feminino e contemporaneidade*. *Revista Mal-Estar e Subjetividade* – Universidades de Fortaleza, Fortaleza, v. 5, n. 001, p. 109-144, 2005.

²⁶ GIDDENS, A. *The consequences of modernity*. Cambridge: Polity Press, 1990. p. 21.

crivo de aparelhos e quadros de referência especializados. Assim, a subjetividade capitalística se esforça por gerar o mundo da infância, do amor, da arte, bem como tudo o que é da ordem da angústia, da loucura, da dor, da morte, do sentimento de estar perdido no cosmos... É a partir dos dados existenciais mais pessoais – diríamos mesmo infra-pessoais – que o CMI (Capitalismo Mundial Integrado) constitui seus agregados subjetivos maciços, agarrados à raça, à nação, ao corpo profissional, à competição esportiva, à virilidade dominadora, à *star* da mídia... Assegurando-se do poder sobre o máximo de ritornelos existenciais para controlá-los e neutralizá-los, a subjetividade capitalística se enebria, se anestesia a si mesma, num sentido coletivo de pseudo-eternidade.²⁷

O sujeito é moldado de acordo com as necessidades da sociedade de consumo, a qual, mesmo que altere constantemente seus alicerces, para que se perpetue um paradigma de novos paradigmas, de novas experiências,²⁸ não altera o *locus* de poder, que se mantém consolidado, com profundas raízes, no capital.

Os efeitos da consumerização das relações afetivas e dos sujeitos é catastrófica nas perspectivas jurídica, psicológica e social, pois os sujeitos que percebem como sua finalidade última o consumir a ponto de se objetificar e objetificar suas relações afetivas, estão submetidos a uma grave mutilação psicológica, prontos a sacrificar garantias constitucionais, liberdades democráticas, ganhos sociais e outras conquistas e possibilidades, tudo em detrimento de vantagens de consumo.

Nesse sentido, pode-se citar diversos exemplos, que são amplamente discutíveis devido aos discursos presentes na sociedade de consumo; a primeira delas é a sensação que causa à população quando uma tribo indígena atrapalha a realização de projetos destinados ao desenvolvimento, como a usina de Belo Monte, no Pará, que, no fim, foi aprovada em detrimento da

²⁷ GUATTARI, Félix. *As três ecologias*. Campinas: Papyrus, 2004. p. 34.

²⁸ HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2006. p. 17.

remoção da tribo Arara, que teve que se retirar para fim de inundação da área. Um leve incômodo para uma nação, todavia, para os integrantes dessa tribo, resultará na condenação de tradições milenares, na perda de muitas vidas devido às dificuldades a que estarão submetidos aqueles que permanecerão na selva e na pauperização daqueles que migrarem para as cidades. Um índio tradicional pouco serve para a sociedade de consumo, pois, a menos que cobre para que seja observado como um animal de zoológico, não dará retorno algum para os meios de produção, muito pelo contrário, quando esse exige suas garantias constitucionais pode gerar um enorme empecilho à ordem capitalista. Por isso, para a sociedade de consumo é de fundamental importância a fragmentação dos sujeitos, para que possam avançar os meios de produção sem as adversidades humanas, porque, como se pode notar no exemplo anterior, o sujeito *índio* percebe-se e se relaciona como índio e nunca se renderá aos paradigmas do capital, a menos que por esse seja corrompido e fragmentado, deixando, assim, de ser um índio.

Portando, aqui se propõe a busca da retomada das *relações humanas em si mesmas* para que se enfrente a fragmentação do sujeito e o consumo de relações afetivas, a fim de combater o movimento de objetificação que se instituiu na sociedade de consumo do século XXI. Esse secciona a unidade social e enraíza a individualização no seio da sociedade moderna, para que as opiniões e os sentimentos se mantenham isoladas em meio a uma multidão de consumidores, pois, como coloca Guattari,²⁹ os formadores de subjetividade mantêm reproduzindo o seu ambiente de atuação.

Para isso, aponta-se à proposta de Warat, em suas reflexões voltadas a um direito futuro, que seria construído ao longo do tempo e com a retomada das relações humanas a começar pelas relações afetivas, então, essa proposta “resultaria de mil revoluções moleculares (Guattari) do sistema de valores existenciais que se

²⁹ GUATTARI, op. cit., p. 37.

iriam infiltrando em redes (rizomaticamente) por todo o tecido social e no devir dos desejos”.³⁰

Dessa forma, se reconstruiria o sujeito da sociedade atual, reelaborando o sentido da vida que foi perdido na cultura transmoderna, embebido no *marketing* e no mercantilismo, que esvaziaram o indivíduo e o “rechearam” de tédio existencial, o que eliminou o interesse pelo outro na vida pública e na privada; isso foi o que deu consistência à apatia e criou uma multidão de seres solitários instalados em sua própria imagem. Uma patologia social que é tratada pelo consumo, como um “recheio” volátil do vazio existencial do sujeito.³¹ Para se levantar contra isso Warat propõe um caminho de reconstrução do sujeito e da sociedade, que chama “ecocidadania”:

As preocupações quanto ao sentido da vida estão estreitamente vinculadas à necessidade do cuidado de si mesmo. Seria a emergência de um estilo de existência inteiramente novo, dominado pelo cuidado de si mesmo. Indivíduos que se disponham a cuidar-se de todas as formas de maus tratos: em relação ao meio ambiente, ao poder e ao afeto. A ecologia como cuidado da vida; a cidadania como cuidado frente aos poderes que fundamentam a exploração e a alienação; a subjetividade como cuidado que permite liberar os afetos reprimidos. Chegamos, assim, ao amor como cuidado. O amor é sempre uma forma de cuidado. Amamos a vida quando a cuidamos; encontramos a solidariedade quando cuidamos do outro; desenvolvemos nossa subjetividade quando cuidamos para que nosso desejo não caia prisioneiro de nenhum objeto. Resumindo: podemos estabelecer algumas garantias para a continuidade da vida aprendendo a não sermos maltratados. A pedagogia que transmita cuidados ao invés de verdades.³²

³⁰ WARAT, Luis A. Ecocidadania e Direito: alguns aspectos da modernidade, sua decadência e transformação. *Sequência*, Florianópolis: UFSC, n. 28, ano 15, p. 96-110, jun. 1994.

³¹ *Ibidem*, p. 100.

³² *Ibidem*, p. 100-101.

De longe, se percebe que a proposta não é simples, pois o conflito, no âmbito individual, é claro, quando o sujeito se recusa à mudança, à alteridade, ao cuidado e ao amor. Todavia, sua última afirmação aponta à primeira ação a ser tomada: transmitir cuidados ao invés de verdades. A construção social da sociedade de consumo está repleta de verdades constitutivas que iludem o sujeito com novas formas e estilos de vida e que condizem com os discursos e as necessidades da sociedade de consumo, que anuncia seu *espetáculo consumerista* em nome da plenitude do ser. Por isso, a proposta de construção dessa nova cidadania (que tem o foco na forma/ação no sujeito) é para que assim se reconstituam as relações para com o outro e se estabeleça uma nova existência coletiva em que o sujeito e o outro se façam presentes em sua finalidade última, cujas relações sejam regida pelo amor.

Warat finaliza sua proposta de “ecocidadania” ao estabelecer um tipo de proposta ecológica que “em primeiro lugar, se postule como política e referida à lei e ao desejo, quer dizer, determinada pelas questões do direito e da subjetividade”.³³ Com isso, se possibilita a construção autônoma do sujeito e do cidadão, a partir da racionalidade, da vontade e da estética. Sendo assim, essa visão aposta nos “caminhos da autonomia como resposta a seu problema central: a continuidade da vida”. Dá-se, então, uma relação intrassubjetiva que passa a cuidar de si e da vida e evita a imperialização de um desejo de consumir que cuida de si mesmo e descuida da vida.³⁴

³³ Ibidem, p. 102.

³⁴ Idem.

Conclusão

Diante dos rumos que a sociedade tem tomado, os possíveis destinos parecem indicar futuros não tão promissores quanto se gostaria. A inquietação causada a partir daí é a primeira reação que surge diante da realidade que se apresenta. Não se tratou, neste texto, de modificar tal realidade, a fim de sossegar nossas apreensões. A fluidez do mundo e dos relacionamentos continuará a existir e a desenrolar-se em muitas facetas ainda desconhecidas.

O que se pretendeu aqui foi propor uma saída para tal inquietação. Entender a realidade, refletir sobre ela e transformar as inquietações em ações construtivas e saudáveis significa poder se posicionar diante das objetificações dos relacionamentos, tanto no sentido de aceitá-las, quanto no de negá-las ou negociá-las. O caminho, portanto, tal como propõe Warat, é o cuidado de si e do outro entendidos como sujeitos de desejos.

Tal é o caminho proposto por este texto, mas que não pretende ser uma proposta imposta ao leitor, porque, então, seria cair na lógica de que o leitor consuma a ideia sugerida, que levará ao consumo do próprio leitor por nossa sugestão. Ao invés disso, trata-se de uma proposta a ser refletida, discutida, assumida, negada ou transformada pelo leitor, leitor, sujeito que pensa, fala, deseja e é.

Referências

- BARBOSA, Livia. *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2004. p. 34.
- BARONCELLI, Lauane. Amor e ciúme na contemporaneidade: reflexões psicossociológicas. *Psicol. Soc.*, Florianópolis, v. 23, abr. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-71822011000100018&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: ...
- BAUMAN, Zygmunt. *Amor líquido*. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- BAUMAN, Zygmunt. *Vida para o consumo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BAUMAN, Zygmunt. *Vidas desperdiçadas*. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.
- BETTS, Jaime. Parecer ou não ser, eis a questão. In: BERARDI, et al. (Org.). Rio Grande do Sul. Governo do Estado. Secretaria de Estado da Cultura. Casa de Cultura Mario Quintana e Associação Psicanalítica de Porto Alegre (APPOA). *Seminários Espetaculares*. Porto Alegre: Corag, 2002.
- CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.
- COELHO, R. F. da J.; SEVERIANO, M. de F. V. História dos usos, desusos e usura dos corpos no capitalismo. *Revista do Departamento de Psicologia – UFF*, v. 19, n. 1, p. 83-100, jan./jun. 2007.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2009.
- DEJOURS, C. *A loucura do trabalho: estudo de psicopatologia do trabalho*. 5. ed. São Paulo: Cortez-Oboré, 1992.
- ELIAS, Norbert. *A sociedade dos indivíduos*. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.
- GIDDENS, A. *The consequences of modernity*. Cambridge: Polity Press, 1990.
- GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- GUATTARI, Félix. *As três ecologias*. Campinas: Papyrus, 2004.
- HABERMAS, Jürgen. *O discurso filosófico da modernidade*. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1990.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

JUSTO, José Sterza. O “ficar” na adolescência e paradigmas de relacionamento amoroso da contemporaneidade. *Rev. do Dep. Psicol. UFF*, Niterói, v. 17, n. 1, jun. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttex&pid=S0104-80232005000100005&Ing=pt&nrm-iso>. Acesso em: 28 jun. 2011.

KANT. *Fundamentação da metafísica dos costumes*. São Paulo: Abril, 1984.

KANT. *Metafísica dos costumes*. São Paulo: Edipro, 2002.

IABEL, Elenara Cariboni; MEZZARI, Mary; PEREIRA, Robson de Freitas (Org.). Rio Grande do Sul. Governo do Estado. Secretaria de Estado da Cultura. Casa de Cultura Mario Quintana e Associação Psicanalítica de Porto Alegre (APPOA). *Seminários Espetaculares*. Porto Alegre: Corag, 2002.

NIETZSCHE. *Gaia ciência*. São Paulo: Abril, 1984.

PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe. *A relação do ser humano com a natureza*: a necessidade de uma reaproximação do homem moderno com o meio ambiente para a aplicabilidade jurídica dos novos direitos. In: OLIVEIRA JÚNIOR, José Alecebiádes de. *Cultura e prática dos direitos fundamentais*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010.

SA, Roberto Novaes de; MATTAR, Cristine Monteiro; RODRIGUES, Joelson Tavares. Solidão e relações afetivas na era da técnica. *Rev. Dep. Psicol.*, UFF, Niterói, v. 18, n. 2, dez. 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttex&pid=S0104-80232006000200009&Ing=pt&nrm-iso>. Acesso em: 28 jun. 2011.

VILHENA, Júnia de; MEDEIROS, Sérgio; NOVAES, Joana de Vilhena. A violência da imagem: estética, feminino e contemporaneidade. *Revista Mal-Estar e Subjetividade*, Fortaleza, Universidades de Fortaleza, v. V, n. 001, p. 109-144, 2005.

WARAT, Luis A. Ecocidadania e Direito: alguns aspectos da modernidade, sua decadência e transformação. *Sequência*, Florianópolis: UFSC, n. 28, ano 15, p. 96-110, jun. 1994.

A sociedade de consumo e a atual desvalorização do consumidor como ser humano

Daniela Vasconcellos Gomes**

Introdução

A dignidade da pessoa humana depende, entre outros elementos, de um mínimo existencial para uma vida digna. Para tanto, é preciso que os indivíduos sejam valorizados como pessoas, pelo seu valor intrínseco e não apenas pelo seu potencial de consumo.

No entanto, na atual sociedade de consumo, os consumidores não têm a sua dignidade respeitada, pois não são vistos como seres humanos que buscam a sua realização como pessoas, como seres dotados de dignidade, mas apenas como um número no mercado de consumo.

Nesse contexto, importa apenas o que será consumido e o quanto será consumido, independentemente das consequências geradas por esse consumo desenfreado. Dentre os inúmeros problemas gerados pelo hiperconsumo, destacam-se: a degradação ambiental, causada pela indiferença com o meio ambiente, e o superendividamento, problema que alcança grande parte da população brasileira atualmente.

* Mestre em Direito (UCS). Especialista em Direito Civil Contemporâneo (UCS). Advogada (OAB/RS 58.090). Relatora do Tribunal de Ética e Disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil – Subseção de Farroupilha. Professora de Direito do Consumidor no curso de Especialização em Direito Civil e Processo Civil da Faculdade da Serra Gaúcha (FSG).

Para refletir sobre essa questão, é preciso abordar diferentes aspectos, de modo que, em um primeiro momento, será abordada a questão da sociedade de consumo contemporânea, que desvaloriza os consumidores, transformando-os em mercadorias. A seguir, será abordada a necessidade do resgate da dignidade humana do consumidor, diante de sua atual reificação por parte da sociedade de consumo. Em seguida, serão discutidos alguns dos problemas decorrentes da desvalorização do consumidor e alternativas em busca de sua solução.

O objetivo deste breve estudo, ressalte-se, é demonstrar a relação entre os problemas causados pelo hiperconsumo, especialmente a degradação ambiental e o superendividamento, problemas que afetam diretamente a sociedade contemporânea, e o princípio fundamental da dignidade da pessoa humana, que somente possui efetividade quando o consumidor é respeitado como ser humano, pois não há dignidade sem a valorização do indivíduo.

A atual sociedade de consumo: a transformação dos consumidores em mercadorias

Na sociedade contemporânea, o consumo desenfreado é um comportamento não apenas tolerado, como fortemente estimulado, principalmente pelos meios de comunicação de massa. Isso ocorre porque o consumo em grande escala estimula o crescimento econômico – o que, teoricamente, melhoraria o bem-estar social. Entretanto, conforme Lyon, “o consumismo promete o que não pode cumprir: a felicidade universal”.¹ Assim, deve-se atentar ao fato de que o aumento do padrão de vida não implica, necessariamente, melhoria da qualidade de vida.²

O termo *consumismo*, segundo Portilho, “usado geralmente em sentido depreciativo, refere-se à expansão de um conjunto de

¹ LYON, David. *Pós-modernidade*. Trad. de Euclides Luiz Calloni. São Paulo: Paulus, 1998, p. 102.

² PENNA, Carlos Gabaglia. *O estado do planeta: sociedade de consumo e degradação ambiental*. Rio de Janeiro: Record, 1999. p. 18.

valores hedonistas que estimula o indivíduo, ou a sociedade, a buscar satisfação e felicidade através da aquisição e exibição pública de uma grande quantidade de bens e serviços”.³

Para Baudrillard, o consumo transformou-se na moral do mundo contemporâneo.⁴ Nele, percebe-se um esvaziamento das relações humanas, em que esse vazio é preenchido pela aparente busca da satisfação de necessidades – na maioria das vezes criadas pelo mercado –, que, na realidade, é a busca do bem-estar, do conforto, do prestígio, e da identificação com determinadas imagens e símbolos.

Além da busca incessante de conforto e bem-estar, o consumo desenfreado é motivado pelo desejo constante que muitas pessoas têm de obter reconhecimento social – independentemente de esse reconhecimento, muitas vezes, não ter relação com atributos ou características pessoais. Em uma sociedade em que o grau de sucesso pessoal é medido pela demonstração de riqueza, o consumo de bens materiais é uma forma de se buscar o tão desejado *status*, em uma competitividade interpessoal que não encontra limites.⁵

Segundo Bauman, “nenhum vizinho em particular oferece um ponto de referência para uma vida de sucesso; uma sociedade de consumidores se baseia na comparação universal – e o céu é o único limite”.⁶ Assim, não basta simplesmente possuir, é preciso possuir mais do que os outros – mas quem são os outros? Na maior parte das vezes, o *outro* não é nenhuma pessoa identificada, mas alguém idealizado, no qual é projetado um ideal de vida, com bens e serviços que devem ser consumidos para se atingir o modelo concebido.

³ PORTILHO, Fátima. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. São Paulo: Cortez, 2005.p. 25.

⁴ BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Trad. de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995. Passim.

⁵ PENNA, O estado do Planeta, p. 42-44.

⁶ BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Trad. de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2001. p. 90.

Segundo Penna,

a profunda necessidade humana de valorizar-se, de ser respeitado pelos seus semelhantes manifesta-se, de forma crescente, pelo consumo. A simples compra de bens seria uma prova de auto-estima e um meio de aceitação social. Este aspecto psicossocial promove, em um círculo vicioso, uma competição publicitária cada vez mais acirrada, que estimula as pessoas a comprarem cada vez mais. Como alguém já observou, comentando sobre a cultura do consumo, as pessoas gastam um dinheiro que não possuem, para comprar coisas de que não necessitam, para impressionar pessoas que não conhecem.⁷

Entretanto, a necessidade pessoal de sentir-se valorizado e/ou inserido em determinado(s) grupo(s) nunca consegue ser plenamente satisfeita através do consumo. Tal fato ocorre por diversos motivos. Em primeiro lugar, porque pode ocorrer uma confusão entre a real necessidade do indivíduo e o bem consumido. Muitas vezes o consumidor não procura exatamente determinado bem ou serviço, mas uma solução para problemas pessoais, de auto-estima, autoconfiança, autoafirmação, etc. Assim, ainda que adquiridos bens de diversas espécies, nenhum conseguirá satisfazer o seu adquirente, já que o que ele efetivamente precisa (e inconscientemente busca) não pode ser comprado, pois transcende o caráter material dos bens de consumo.

A compra de um bem considerado importante pelo grupo social ao qual o indivíduo pertence (ou no qual pretende se inserir) produz uma imediata sensação de prazer e realização, e, geralmente, confere *status* e reconhecimento a seu proprietário. Entretanto, essa satisfação é fugaz, e, à medida que o objeto de desejo deixa de ser novidade, retorna a sensação de vazio interior. Isso gera um círculo vicioso, pois o consumidor continuará

⁷ PENNA, *O estado do planeta*, p. 52.

buscando a prometida felicidade, indo em busca da próxima compra, na esperança de que a satisfação seja mais duradoura e mais significativa.⁸

Além disso, ainda que a necessidade seja suprida em um primeiro momento com a aquisição de determinado produto ou serviço, logo surgirão outras necessidades de consumo, ou outros bens serão colocados à disposição, no mercado, fazendo emergir tais necessidades. Esse desejo sempre crescente é fortemente estimulado pela publicidade e pelos meios de comunicação em massa, mas um de seus principais fundamentos é a “nova instantaneidade do tempo”.⁹

A instantaneidade diz respeito a uma cultura que é indiferente à eternidade e que evita a durabilidade – e diante da incerteza do futuro, busca a satisfação de forma instantânea. Para Singer, “ao contrário de muitas outras sociedades humanas, mais estáveis e voltadas para as suas tradições, a nossa formação política e cultural tem uma grande dificuldade de admitir valores a longo prazo”.¹⁰

Segundo Bauman,

num mundo em que o futuro é, na melhor das hipóteses, sombrio e nebuloso, porém mais provavelmente cheio de riscos e perigos, colocar-se objetivos distantes, abandonar o interesse privado para aumentar o poder do grupo e sacrificar o presente em nome de uma felicidade futura não parecem uma proposição atraente,

⁸ Conforme Canclini, “certas condutas ansiosas e obsessivas de consumo podem ter origem numa insatisfação profunda, segundo analisam muitos psicólogos. Mas em um sentido mais radical, o consumo se liga, de outro modo, com a insatisfação que o fluxo errático dos significados engendra. Comprar objetos, pendurá-los ou distribuí-los pela casa, assinalar-lhes um lugar em uma ordem, atribuir-lhes funções na comunicação com os outros, são os recursos para se pensar o próprio corpo, a instável ordem social e as interações incertas com os demais. Consumir é tornar mais inteligível um mundo onde o sólido se evapora”. (CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Trad. de Maurício Santana Dias. 6. ed. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 2006. p. 65).

⁹ BAUMAN, *Modernidade líquida*, p. 147.

¹⁰ SINGER, Peter. *Ética prática*. Trad. de Jefferson Luiz Camargo. 3. ed. São Paulo: M. Fontes, 2002. p. 285.

ou mesmo razoável. Qualquer oportunidade que não for aproveitada aqui e agora é uma oportunidade perdida; não a aproveitar é assim imperdoável e não há desculpa fácil para isso, e nem justificativa.¹¹

O caráter de durabilidade, que outrora era valorizado, nos dias de hoje, perde totalmente sua importância – quando não se transforma em uma característica negativa – por poder representar uma privação diante de tantas possibilidades colocadas à disposição. Diante de tantas opções de escolha, ficar restrito a apenas uma delas é considerado perda de tempo, e isso não ocorre somente no mercado de consumo, mas também nas relações humanas, em que é mais fácil buscar outro relacionamento a manter um que exija maior dedicação ou mudança de comportamentos.

Na sociedade de consumo, “tudo (ou quase tudo) é descartável”.¹² Para Bauman, “as modas vêm e vão com velocidade estonteante, todos os objetos de desejo se tornam obsoletos, repugnantes e de mau-gosto antes que tenhamos tempo de aproveitá-los”.¹³

A identificação com determinados modelos e imagens também é um dos grandes propulsores da sociedade de consumo, já que os indivíduos buscam preencher o seu vazio interior através de receitas prontas, postas à disposição no mercado de consumo como se fossem verdadeiras mercadorias.

Nesse sentido, afirma Bauman:

Não se compra apenas comida, sapatos, automóveis ou itens de mobiliário. A busca ávida e sem fim por novos exemplos aperfeiçoados e por receitas de vida é também uma variedade do comprar, e uma variedade da máxima importância, seguramente, à luz das lições gêmeas de

¹¹ BAUMAN, *Modernidade líquida*, p. 186-187.

¹² FAGUNDEZ, Paulo Roney Ávila. O significado da Modernidade. In: LEITE, José Rubens Morato; BELLO FILHO, Ney de Barros (Org.). *Direito Ambiental contemporâneo*. Barueri: Manole, 2004. p. 221.

¹³ BAUMAN, *Modernidade líquida*, p. 186.

que nossa felicidade depende apenas de nossa competência pessoal, mas que somos pessoalmente incompetentes, ou não tão competentes como deveríamos, e poderíamos, ser se nos esforçássemos mais.¹⁴

Na sociedade contemporânea, a felicidade muitas vezes é confundida com a ideia de sucesso.¹⁵ Nesse contexto, para que o indivíduo seja considerado *bem-sucedido*, é preciso que tenha grande capacidade de consumir produtos e serviços – ou, ao menos, aparente essa capacidade. Um alto padrão de consumo é buscado a qualquer custo, em detrimento de valores como as relações humanas, o caráter, a integridade, a preservação do meio ambiente. O *ser* foi superado pelo *ter*; entretanto, não basta apenas *ter*, é preciso *parecer*.¹⁶

Nessa busca constante pelo sucesso – que pressupõe a aquisição de mais e mais produtos e serviços – bens supérfluos acabam se tornando essenciais.¹⁷ Conforme Penna, “é bastante expressiva a quantidade de indivíduos que sacrificam coisas essenciais – como alimentação, moradia, educação e saúde – para comprar um veículo que lhes confira uma aura de bem-sucedidos”.¹⁸ Nesse contexto, a própria noção de essencialidade acaba distorcida, já que, constantemente, novas necessidades são criadas ou percebidas.

¹⁴ Ibidem, p. 87.

¹⁵ Segundo Singer, “uma ética ambiental rejeita os ideais de uma sociedade materialista na qual o sucesso é medido pelo número de bens de consumo que alguém é capaz de acumular. Em vez disso, ele avalia o sucesso em termos do desenvolvimento das aptidões individuais e da verdadeira conquista da satisfação e realização”. (SINGER, *Ética prática*, p. 302).

¹⁶ SPÍNOLA, Ana Luiza. Consumo sustentável: o alto custo dos produtos que consumimos. *Revista de Direito Ambiental*, São Paulo, v. 6, n. 24, p. 212, out./dez. 2001; PENNA, *O estado do Planeta*, p. 45.

¹⁷ Entretanto, como ressalta o IDEC, “é muito difícil estabelecer o limite entre o consumo e o consumismo, pois a definição de necessidades básicas e supérfluas está intimamente ligada às características culturais da sociedade e do grupo a que pertencemos. O que é básico para uns pode ser supérfluo para outros e vice-versa”. (INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. *Manual de educação para o consumo sustentável*. Brasília: Consumers International/MMA/MEC/ Idec, 2005. p. 15).

¹⁸ PENNA, *O estado do Planeta*, p. 40-41.

Outro aspecto que acaba distorcido na sociedade de consumo é a relação entre sujeito e objeto, e, segundo Bauman, “a característica mais proeminente da sociedade de consumidores – ainda que cuidadosamente disfarçada e encoberta – é a transformação dos consumidores em mercadorias”.¹⁹ Nesse sentido, percebe-se, atualmente, que os fornecedores tratam os consumidores como verdadeiras mercadorias, já que o consumidor não é valorizado como ser humano, sendo visto apenas como um número, como um potencial adquirente de um produto ou serviço.

A necessidade do resgate da dignidade humana do consumidor

Diante da atual reificação do consumidor pela sociedade de consumo, é preciso adotar uma postura mais humanista, buscando a valorização do consumidor como ser humano. O consumidor deve ser valorizado pelo que efetivamente é e não por aquilo que possui ou pelo seu potencial de consumo.

No entanto, a mudança de comportamento é um processo que requer sensibilização e mobilização social, e a informação é fundamental nessa transformação. Assim, para que ocorra a formação de uma nova consciência, é necessário que o consumidor tenha acesso à informação, para que possa exercer melhor o seu poder de escolha, valorizando os fornecedores que respeitam não somente seus direitos, mas também a sua dignidade – valor reconhecido e protegido constitucionalmente.

A dignidade da pessoa humana trata-se de conceito amplo, e, segundo Azevedo, “tomada em si, a expressão é um conceito jurídico indeterminado; utilizada em norma, especialmente constitucional, é princípio jurídico”.²⁰ Pode-se dizer que a dignidade da pessoa humana significa a expressão do valor da pessoa humana: a pessoa humana é o bem, e a dignidade, a projeção do seu valor.

¹⁹ BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias*. Trad. de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2008. p. 20.

²⁰ AZEVEDO, Antonio Junqueira de. Caracterização jurídica da dignidade da pessoa humana. *Revista dos Tribunais*, São Paulo, n. 797, p. 12, mar. 2002.

Segundo Barroso,

dignidade da pessoa humana expressa um conjunto de valores civilizatórios incorporados ao patrimônio da humanidade. O conteúdo jurídico do princípio vem associado aos direitos fundamentais, envolvendo aspectos dos direitos individuais, políticos e sociais. Seu núcleo material elementar é composto do *mínimo existencial*, locução que identifica o conjunto de bens e utilidades básicas para a subsistência física e indispensável ao desfrute da própria liberdade. Aquém daquele patamar, ainda quando haja sobrevivência, não há dignidade.²¹

Se o núcleo material da dignidade humana é o mínimo existencial para a existência digna do indivíduo, resta claro que o ordenamento jurídico não está mais voltado apenas à proteção do patrimônio, como fim em si mesmo, mas somente à proteção do patrimônio enquanto ele servir de instrumento para a garantia e a proteção da dignidade humana.²²

Apesar de a dignidade ser considerada valor inerente ao ser humano, o seu reconhecimento jurídico é relativamente recente, mesmo no Direito Comparado. Somente a partir da inclusão do princípio na Declaração Universal dos Direitos do Homem, de 1948, é que esse foi positivado em alguns ordenamentos jurídicos, e países como Alemanha, Brasil, Espanha, Grécia e Portugal inseriram esse princípio em seus textos constitucionais.²³

²¹ BARROSO, Luís Roberto. *Interpretação e aplicação da Constituição: fundamentos de uma dogmática constitucional transformadora*. 5. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2003. p. 335-336.

²² CORTIANO JÚNIOR, Eroulths. Para além das coisas: breve ensaio sobre o Direito, a pessoa e o patrimônio mínimo. In: RAMOS, Carmem Lúcia Silveira et al. (Org.). *Diálogos sobre Direito Civil*. Rio de Janeiro: Renovar, 2002.

²³ SARLET, I. W. *Dignidade da pessoa humana e direitos fundamentais na Constituição Federal de 1988*. 4. ed. rev. atual. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2006. p. 62-64; CUNHA, Alexandre dos Santos. Dignidade da pessoa humana: conceito fundamental do Direito Civil. In: MARTINS-COSTA, Judith (Org.). *A reconstrução do Direito Privado: reflexos dos princípios, diretrizes e direitos fundamentais constitucionais no Direito Privado*. São Paulo: RT, 2002. p. 245.

No Brasil, o advento da Constituição Federal de 1988 impôs a todo o ordenamento pátrio a proteção plena da pessoa humana, ao elevar a dignidade da pessoa humana ao *status* de valor constitucional e de fundamento da República.

Assim, a Constituição Federal de 1988, logo em seu artigo 1º, inciso III, estabelece que a dignidade da pessoa humana é um dos fundamentos da República Federativa do Brasil. Determina, desse modo, que os direitos e as garantias fundamentais são inafastáveis, vez que inerentes à personalidade humana. A dignidade da pessoa deve ser entendida como um fim e não como um simples meio para alcançar outros objetivos ou como mera norma programática.

Nesse sentido, Bittar expressa sua preocupação no sentido de que o princípio da dignidade da pessoa humana não permaneça simplesmente no campo da teoria, sem qualquer efetivação:

Nesta linha, o que se externa é uma preocupação com a transformação de discursos em ações, de letra de lei em políticas públicas, de normas programáticas em programas de transformação da sociedade, desde as suas mais intrínsecas limitações, no sentido da afirmação prática e da realização da abrangência da expressão dignidade da pessoa humana, normalmente tida como mero expediente retórico do legislador constitucional. Ainda assim, vale dizer que, apesar da vagueza da expressão, deve servir como norte das ações governamentais e das ações sociais, no sentido da planificação da pessoa humana no convívio social. A expressão “dignidade da pessoa humana”, portanto, deixa de representar mero conceito aberto da Constituição e ganha um sentido como *télos* das políticas sociais, limite mesmo que permita diferir o justo do injusto, o aceitável do inaceitável, o legítimo do ilegítimo. Registra-se, com isto, que sua importância se deve ao fato de se encontrar topograficamente localizada no princípio da

Constituição, o que denuncia a prevalência hermenêutica para a discussão exegética de seus demais dispositivos.²⁴

A importância desse dispositivo e a inovação por ele trazida são incontestáveis: colocou o ser humano como objetivo central do ordenamento jurídico, orientando e fundamentando o sistema, de maneira que todo ele esteja sistematicamente direcionado para sua proteção.²⁵

Tal princípio ético-jurídico orienta todo o ordenamento, atribuindo sistemática e unidade axiológica ao Direito pátrio, que abandona seus valores precipuamente individualistas, de modo que o operador do Direito deve primar pela proteção da dignidade da pessoa humana em toda interpretação ou aplicação de normas.²⁶

Nesse sentido, destaca Piovesan:

O valor da dignidade da pessoa humana impõe-se como núcleo básico e informador de todo ordenamento jurídico, como critério e parâmetro de valoração a orientar a interpretação e compreensão do sistema constitucional. [...] A dignidade humana simboliza, deste modo, um verdadeiro superprincípio constitucional, a norma maior a orientar o constitucionalismo contemporâneo, nas esferas local e global, dotando-lhe especial racionalidade, unidade e sentido.²⁷

²⁴ BITTAR, Eduardo Carlos Bianca. *O Direito na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005. p. 303-304.

²⁵ FACHIN, Luiz Edson. Apreciação crítica do Código Civil de 2002 na perspectiva constitucional do Direito Civil contemporâneo. *Revista Jurídica*, São Paulo, n. 304, p. 17, fev. 2003.

²⁶ MORAES, Maria Celina Bodin de. Constituição e Direito Civil: tendências. *Revista dos Tribunais*, São Paulo, n. 779, p. 57-59, set. 2000.

²⁷ PIOVESAN, Flávia C. Direitos humanos e o princípio da dignidade humana. *Revista do Advogado*, São Paulo, v. 23, n. 70, p. 40-41, jul. 2003.

Ademais, em respeito à superioridade hierárquica dos preceitos constitucionais, toda a legislação infraconstitucional deve ser interpretada e aplicada de acordo com o texto constitucional, que, além de vértice da legislação, tem papel unificador no sistema jurídico.²⁸ Assim, todo o Direito brasileiro deve ser orientado pelos princípios constitucionais, especialmente os elencados como valores fundamentais, em que o princípio da dignidade da pessoa humana tem destaque, devendo ser sempre respeitado – o que não tem ocorrido na atual sociedade de consumo, em que os consumidores foram transformados em mercadorias, não importando seus desejos e anseios, mas somente o seu potencial de consumo.

Nesse sentido, Moraes destaca a importância da valorização das pessoas como seres humanos, imposta pelo princípio constitucional da dignidade da pessoa humana:

A dignidade é um valor espiritual e moral inerente à pessoa, que se manifesta singularmente na autodeterminação consciente e responsável da própria vida e que traz consigo a pretensão ao respeito por parte das demais pessoas, constituindo-se um mínimo invulnerável que todo estatuto jurídico deve assegurar, de modo que, somente excepcionalmente, possam ser feitas limitações ao exercício dos direitos fundamentais, mas sempre sem *menosprezar a necessária estima que merecem todas as pessoas enquanto seres humanos*. (Grifo do autor).²⁹

Deve-se ressaltar, ainda, que a dignidade da pessoa humana é um conceito em processo constante de desenvolvimento, e que não pode ser configurado de maneira estanque, diante da

²⁸ PERLINGIERI, Pietro. *Perfis de Direito Civil: introdução ao Direito Civil Constitucional*. Trad. de Maria Cristina de Cicco. 2. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2002. p. 6.

²⁹ MORAES, Alexandre de. *Direito Constitucional*. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2003. p. 50.

diversidade de valores que deve abranger.³⁰ De modo que a dignidade humana abrange diferentes valores e direitos, reconhecidos de forma a proporcionar uma vida digna ao ser humano e, nesse contexto, obviamente, estão incluídos todos os consumidores.

Assim, ao mesmo tempo que a dignidade da pessoa humana diz respeito a um mínimo existencial, em que todos devem ter a possibilidade de acesso aos bens disponíveis no mercado para a sua manutenção digna, o consumidor também tem o direito de consumir da forma que melhor lhe aprouver – consumir se quiser, o que quiser e quando quiser.

No entanto, esse direito não vem sendo respeitado na atual sociedade de consumo, em que os consumidores são compelidos a consumir, cada vez mais, e da forma imposta pelos fornecedores e pelos meios de comunicação de massa, para poderem se sentir inseridos na sociedade hiperconsumista em que vivem.

De modo que, diante da importância e do papel que desempenha em todo o sistema jurídico, o princípio da dignidade da pessoa humana deve prevalecer em todas as situações, inclusive nas relações de consumo. Para tanto, é preciso valorizar o consumidor como ser humano, resgatando a sua dignidade, de forma que o princípio da dignidade humana seja efetivamente respeitado, como determina a Constituição Federal de 1988.

Em busca de alternativas para os problemas decorrentes da desvalorização do consumidor

Nessa perspectiva, em que o consumidor somente se sente valorizado e inserido na sociedade em que vive enquanto está consumindo, o ato de consumir, muitas vezes, ocorre de forma irrefletida, o que demonstra o atual descontrole da maioria dos consumidores. Muitos consumidores acabam por adquirir produtos e/ou serviços dos quais não necessitam, ou ainda, que

³⁰ SARLET, *Dignidade da pessoa humana e direitos fundamentais na Constituição Federal de 1988*. p. 41.

necessitem apenas de alguns deles, escolhem bens de padrão incompatível com sua capacidade econômica, na tentativa de se sentirem valorizados, e inseridos no(s) grupo(s) a que pretendem pertencer.

Esse comportamento leva a um consumo desenfreado, o que causa diversos problemas, pois o hiperconsumo compromete a sustentabilidade do Planeta, já que não respeita os limites impostos pela natureza, e a perda do controle financeiro leva ao superendividamento, situação cada vez mais presente na realidade brasileira.

Em relação ao problema da degradação ambiental, na sociedade contemporânea, o estímulo ao consumo ocorre de maneira constante, sem qualquer preocupação com a exauribilidade dos recursos naturais e com a grande quantidade de resíduos lançados continuamente no meio ambiente.³¹

Nesse sentido, ressalta Penna:

Os efeitos da degradação ambiental não podem ser tratados sem que se combatam as suas causas. O capitalismo moderno deu à luz o consumismo, o qual criou raízes profundas entre as pessoas. O consumismo tornou-se a principal válvula de escape, o último reduto de auto-estima em uma sociedade que está perdendo rapidamente a noção de família, de convivência social, e em cujo seio a violência, o isolamento e o desespero dão sinais alarmantes de crescimento.³²

Nesse viés, a atual sociedade de consumo, que tem por base a exploração indiscriminada do meio natural para possibilitar o crescimento ilimitado da produção e do consumo, deve ser repensada. É preciso buscar um modelo que não seja tão impactante tanto social quanto ecologicamente. Para tanto, é preciso fazer uma reavaliação dos valores fundamentais da

³¹ SPÍNOLA, *Consumo sustentável*, p. 210-211.

³² PENNA, *O estado do Planeta*, p. 216.

sociedade. Sem uma nova percepção e sem uma efetiva mudança de comportamento, não haverá modo de tornar o consumo sustentável.³³

Feldmann refere que

o problema não é o consumo em si mesmo, mas os seus padrões e efeitos, no que se refere à conciliação de suas pressões sobre o meio ambiente e o atendimento das necessidades básicas da Humanidade. Para tanto é necessário desenvolver melhor compreensão do papel do consumo na vida cotidiana das pessoas.³⁴

Diante do cenário atual, e sem desconsiderar a degradação ambiental presente, deve-se questionar se hoje o indivíduo é realmente consumidor ou se é apenas uma vítima da sociedade de consumo. Para Monteiro, “ambos, consumidor e ambiente, são, assim, vítimas da mesma sociedade de consumo e de risco e ambos reclamam, para sua defesa [...] a definição de uma política adequada e que atue eficazmente”.³⁵

Nas sociedades ocidentais modernas, o consumo “além de socialmente injusto e moralmente indefensável, é ambientalmente insustentável”,³⁶ de modo que, se a sociedade de consumo é a principal responsável pela degradação ambiental hoje existente, é a partir dela que devem ser procuradas as soluções para esse grave problema. Assim, a ideia de consumo sustentável torna-se um imperativo na formulação de uma nova sociedade, com a redução do consumo para o nível do necessário e com a

³³ SPÍNOLA, *Consumo sustentável*, p. 213-216.

³⁴ FELDMANN, Fábio. A parte que nos cabe: consumo sustentável? In: TRIGUEIRO, André (Coord.). *Meio ambiente no século 21: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento*. Rio de Janeiro: Sextante, 2003. p. 148.

³⁵ MONTEIRO, António Pinto. O papel dos consumidores na política ambiental. *Revista de Direito Ambiental*, São Paulo, v. 3, n. 11, p. 71, jul./set. 1998.

³⁶ PORTILHO, *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*, p. 15; INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. *Manual de educação para o consumo sustentável*, p. 16.

valorização do indivíduo não apenas como consumidor, mas também como ser humano.³⁷

Quanto ao problema do superendividamento, esse não possui uma única causa, podendo ser ocasionado por diversos fatores, muitas vezes combinados entre si, tais como a má-administração dos próprios recursos, o desejo de viver em um padrão de vida mais elevado, a facilitação de acesso ao crédito, a imputação de altos juros que sobrelevam o valor da dívida principal, fatos supervenientes alheios à vontade do consumidor, entre outros.

Nesse sentido, Franco diferencia as duas principais formas de superendividamento:

O superendividamento é ativo quando o consumidor de alguma forma, mesmo agindo de boa-fé, contribuiu para se colocar nesta situação aflitiva, quer por não ter planejado os seus gastos ou os compromissos assumidos, quer por ter acumulado dívidas acima de seus rendimentos auferidos ou que esperava auferir. Já o superendividamento passivo se refere àquele em que o consumidor foi surpreendido com um fator externo, não previsível, que o impossibilitou de honrar seus compromissos financeiros, como, por exemplo: doença grave de um membro da família, desemprego, morte do provedor, acidente, desabamento da moradia, enchente com perda de bens móveis e imóveis etc.³⁸

Apesar das inúmeras causas possíveis para a ocorrência do superendividamento, o descontrole financeiro, aliado ao desejo de consumir desordenadamente, parece ser um dos elementos-chave desse problema social que vem atingindo um número cada vez maior de famílias brasileiras.

³⁷ LOCATELLI, Paulo Antonio. Consumo sustentável. *Revista de Direito Ambiental*, São Paulo, v. 5, n. 19, p. 300, jul./set. 2000.

³⁸ FRANCO, Marielza Brandão. O superendividamento do consumidor: fenômeno social que merece regulamentação legal. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 74, p. 236, abr./jun. 2010.

Assim, o superendividamento parece estar estreitamente ligado à facilitação do crédito, que se tornou mais acessível (mas não menos caro) para grande parte da população – especialmente para as classes menos favorecidas e com menor grau de instrução e, conseqüentemente, com maior necessidade de informação para poder consumir de forma consciente. Conforme destaca Giancoli, “o superendividamento do consumidor surge como a face negra da democratização do crédito ao consumo”.³⁹

Não que o problema do superendividamento ocorra somente nas classes mais baixas, já que se trata de um fenômeno presente em todos os tipos de situação socioeconômica, e independentemente da educação formal do consumidor superendividado, mas as classes mais baixas não possuíam tanto acesso ao crédito como têm hoje em dia, de modo que parece haver maior despreparo nesses casos, em que a oferta de crédito pode ser considerada uma novidade, diferentemente das classes mais altas, que sempre tiveram maior acesso ao crédito pela maior facilidade de comprovar renda para adimplir a operação de crédito realizada, ou mesmo, por possuir bens para oferecer em garantia do cumprimento da obrigação.

De modo que, para o enfrentamento do superendividamento, resultado da sociedade contemporânea, em que o consumo é valorizado acima de tudo, é necessário que sejam desenvolvidas medidas em prol da educação para o consumo e da educação financeira, de forma a proporcionar um consumo mais consciente e com a utilização racional do orçamento familiar.

A maioria dos autores que trata do assunto superendividamento, a exemplo de Carpena,⁴⁰ defende a

³⁹ GIANCOLI, Bruno Pandori. O superendividamento do consumidor. In: MORATO, Antonio Carlos; NERI, Paulo de Tarso (Org.). *20 anos do Código de Defesa do Consumidor: estudos em homenagem ao professor José Geraldo Brito Filomeno*. São Paulo: Atlas, 2010. p. 571.

⁴⁰ CARPENA, Heloísa. Uma lei para os consumidores superendividados. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, n. 61, p. 76-89, jan./mar. 2007.

necessidade de uma legislação protetiva para o consumidor endividado, a exemplo do que ocorre em outros países, tais como Dinamarca, França, Alemanha, Bélgica, Estados Unidos, entre outros que possuem leis sobre a matéria.

No entanto, ainda que o superendividamento também seja um problema jurídico, por muitas vezes estar associado a uma situação de indignidade humana, além de seu caráter evidentemente social, não basta que a matéria seja regulada por leis específicas, pois a mera imposição legislativa não será suficiente para evitar a sua ocorrência. Isso porque a criação de uma legislação específica abordará como lidar com o problema depois de sua configuração, mas não conseguirá evitá-lo, o que somente será possível com uma mudança de comportamento, com uma retomada de valores, em detrimento do atual consumo desenfreado, característico da sociedade de consumo contemporânea.

Isso posto, se torna imprescindível o incentivo de práticas que visem à educação para o consumo, de forma a proporcionar maior informação aos consumidores, para que esses possam fazer suas escolhas de forma mais livre e consciente, com o conhecimento das consequências de seu ato de consumo, tanto em relação à matéria ambiental quanto ao uso consciente dos recursos financeiros.

Nesse sentido, a educação para o consumo não pode desconsiderar certas características da sociedade contemporânea, tais como o consumismo desenfreado, a substituição das referências de valor, em que o fundamental é o *ter* e não o *ser*, a perda da essência do próprio ser humano, e a falta de análise crítica diante das situações.⁴¹ Nesse contexto, a educação e a informação mostram-se instrumentos fundamentais na formação de uma nova consciência, tornando os consumidores mais conscientes de suas escolhas.

⁴¹ MEDINA, Naná Mininni; SANTOS, Elizabeth da Conceição. *Educação ambiental: uma metodologia participativa de formação*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1999. p. 19-20.

De modo que a educação deve passar a adquirir novos significados na construção de uma sociedade sustentável, democrática, participativa e socialmente justa. E se não chega a ser um sinônimo de solução, a educação é, sem dúvida, um importante instrumento para o melhoramento da sociedade, possibilitando a realização da pessoa, como ser dotado de dignidade.

Considerações finais

O princípio da dignidade da pessoa humana é valor fundamental protegido pela ordem constitucional desde o advento da Constituição Federal de 1988. Diante de sua amplitude, é difícil conceituar tal princípio sem restringir seu alcance ou sem retirar parte de sua importância.

Apesar da dificuldade em delimitar o conteúdo da dignidade humana, é certo que ela abrange a garantia de um mínimo indispensável para uma existência digna. E não é possível pensar em uma vida digna sem a valorização do indivíduo simplesmente como pessoa, independentemente de sua situação socioeconômica ou de qualquer outra característica extrínseca ao ser humano.

No entanto, na atual sociedade de consumo, o *ter* parece ter maior valor que o *ser*, e as pessoas acabam sendo consideradas por aquilo que consomem, e não por suas características pessoais, por seus valores ou por seus objetivos de vida.

O consumo, que deveria contribuir para a melhoria da qualidade de vida, acaba contribuindo para a infelicidade das pessoas, já que a sociedade contemporânea é marcada pela busca constante do sucesso, e o sucesso atualmente significa adquirir produtos e serviços incessantemente – o que não garante a felicidade, já que a todo tempo são criadas novas necessidades, que nunca são supridas, gerando um verdadeiro círculo vicioso.

Nesse contexto, o hiperconsumo é constantemente estimulado, e a maioria das pessoas consome desordenadamente, muitas vezes sem refletir nas consequências de seu ato de consumo, o

que acaba por contribuir para o agravamento de diversos problemas sociais, econômicos e ambientais.

Dentre os problemas gerados pelo alto padrão de consumo imposto pela sociedade contemporânea, tem destaque o problema da degradação ambiental – com abrangência global – e que requer uma urgente e nova forma de consumo, de modo a causar menor impacto no meio ambiente – e o superendividamento – problema enfrentado por grande parte da população brasileira, que igualmente reflete a questão do consumo desenfreado presente em nossa sociedade.

Nesse sentido, a maior informação do consumidor e as iniciativas relacionadas à educação para o consumo tem papel fundamental em busca de uma nova consciência e de uma nova forma de consumo – tarefa árdua, mas que necessita ser enfrentada urgentemente. Somente com uma grande mudança de valores, em que a essência do ser humano volte a ser mais importante do que os produtos e serviços que consome, é que será possível a valorização do indivíduo não só como consumidor, mas como ser humano.

Referências

AZEVEDO, Antonio Junqueira de. Caracterização jurídica da dignidade da pessoa humana. *Revista dos Tribunais*, São Paulo, n. 797, p. 11-26, mar. 2002.

BARROSO, Luís Roberto. *Interpretação e aplicação da Constituição: fundamentos de uma dogmática constitucional transformadora*. 5. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2003.

BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Trad. de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Trad. de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2001.

_____. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias*. Trad. de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2008.

BITTAR, Eduardo Carlos Bianca. *O Direito na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Trad. de Maurício Santana Dias. 6. ed. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 2006.

CARPENA, Heloísa. Uma lei para os consumidores superendividados. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, n. 61, p. 76-89, jan./mar. 2007.

CORTIANO JÚNIOR, Eroulths. Para além das coisas: breve ensaio sobre o direito, a pessoa e o patrimônio mínimo. In: RAMOS, Carmem Lúcia Silveira et al. (Org.). *Diálogos sobre Direito Civil*. Rio de Janeiro: Renovar, 2002. p. 155-165.

CUNHA, Alexandre dos Santos. Dignidade da pessoa humana: conceito fundamental do Direito Civil. In: MARTINS-COSTA, Judith (Org.). *A reconstrução do Direito Privado: reflexos dos princípios, diretrizes e direitos fundamentais constitucionais no Direito Privado*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 230-264.

FACHIN, Luiz Edson. Apreciação crítica do Código Civil de 2002 na perspectiva constitucional do Direito Civil contemporâneo. *Revista Jurídica*, São Paulo, n. 304, p. 17-22, fev. 2003.

FAGUNDEZ, Paulo Roney Ávila. O significado da modernidade. In: LEITE, José Rubens Morato; BELLO FILHO, Ney de Barros (Org.). *Direito Ambiental contemporâneo*. Barueri: Manole, 2004. p. 205-246.

FELDMANN, Fábio. A parte que nos cabe: consumo sustentável? In: TRIGUEIRO, André (Coord.). *Meio ambiente no século 21: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento*. Rio de Janeiro: Sextante, 2003. p. 143-157.

FRANCO, Marielza Brandão. O superendividamento do consumidor: fenômeno social que merece regulamentação legal. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 74, p. 227-242, abr./jun. 2010.

GIANCOLI, Brunno Pandori. O superendividamento do consumidor. In: MORATO, Antonio Carlos; NERI, Paulo de Tarso (Org.). *20 anos do Código de Defesa do Consumidor: estudos em homenagem ao professor José Geraldo Brito Filomeno*. São Paulo: Atlas, 2010. p. 571-589.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. *Manual de educação para o consumo sustentável*. Brasília: Consumers International/MMA/MEC/Idec, 2005.

LYON, David. *Pós-modernidade*. Trad. de Euclides Luiz Calloni. São Paulo: Paulus, 1998.

LOCATELLI, Paulo Antonio. Consumo sustentável. *Revista de Direito Ambiental*, São Paulo, v. 5, n. 19, p. 297-300, jul./set. 2000.

MEDINA, Naná Mininni; SANTOS, Elizabeth da Conceição. *Educação ambiental: uma metodologia participativa de formação*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

MONTEIRO, António Pinto. O papel dos consumidores na política ambiental. *Revista de Direito Ambiental*, São Paulo, v. 3, n. 11, p. 69-74, jul./set. 1998.

MORAES, Alexandre de. *Direito Constitucional*. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MORAES, Maria Celina Bodin de. Constituição e Direito Civil: tendências. *Revista dos Tribunais*, São Paulo, n. 779, p. 47-63, set. 2000.

PENNA, Carlos Gabaglia. *O estado do Planeta: sociedade de consumo e degradação ambiental*. Rio de Janeiro: Record, 1999.

PERLINGIERI, Pietro. *Perfis de Direito Civil: introdução ao Direito Civil Constitucional*. Trad. de Maria Cristina de Cicco. 2. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2002.

PIOVESAN, Flávia C. Direitos humanos e o princípio da dignidade humana. *Revista do Advogado*, São Paulo, v. 23, n. 70, p. 34-42, jul. 2003.

PORTILHO, Fátima. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. São Paulo: Cortez, 2005.

SARLET, Ingo Wolfgang. *Dignidade da pessoa humana e direitos fundamentais na Constituição Federal de 1988*. 4. ed. rev. atual. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2006.

SINGER, Peter. *Ética prática*. Trad. de Jefferson Luiz Camargo. 3. ed. São Paulo: M. Fontes, 2002.

SPÍNOLA, Ana Luiza. Consumo sustentável: o alto custo dos produtos que consumimos. *Revista de Direito Ambiental*, São Paulo, v. 6, n. 24, p. 209-216, out./dez. 2001.

As diversas faces do humanismo no consumo

Dagoberto Machado dos Santos*
Gabriela de Oliveira**

Introdução

Em um contexto histórico, a Revolução Industrial prejudicou, em especial, as pessoas que trabalhavam em suas residências, que, posteriormente, começaram a operar em fábricas. Tais indústrias geraram grandes centros urbanos e, em paralelo, iniciaram uma enorme depressão social, pois os detentores da maquinaria não empregaram parte da população, levando ao desemprego e a exclusão social, contexto da sociedade contemporânea. O desequilíbrio social moderno afeta a imagem da humanidade diante da sua existência.

Ao falar de direitos do consumidor, é impossível não refletir sobre a humanidade, os sujeitos desse novo mundo globalizado, frenético, que deve acompanhar as novidades a todo preço. Nessa formatação atual, percebe-se que os objetos sofreram uma mudança em seus sentidos, significados, passando de úteis a indispensáveis, não sendo mais necessários apenas por sua utilidade, mas pelo que representam: o estilo de vida, o *status*, a forma de conviver em sociedade.

O foco no consumo, disseminado pela mídia, acaba por cegar as pessoas, tirá-las de si por um segundo: o sublime segundo da compra, a satisfação de seus desejos mais inconscientes, na busca de suprir suas necessidades nem sempre materiais, na eterna

* Advogado; Diretor Executivo do Procon Municipal de Caxias do Sul/RS.

** Aluna do curso de Direito da Universidade de Caxias do Sul; estagiária no Procon Municipal de Caxias do Sul/RS.

missão de não ser apenas mais um na multidão, mas um ser único, especial, diferenciado.

É dessa forma que o individualismo nasce, se aprimora e se sente fortalecido; o pensamento constante no *eu*, na imagem que será transmitida aos outros, um individualismo que beira o egocentrismo, aproximando-se, por vezes, do próprio narcisismo, na busca incessante pelo espelho, pelos elogios, pela satisfação momentânea de ser aceito e admirado.

O individualismo, somado ao consumismo, torna-se, inclusive, o principal obstáculo para a real participação do indivíduo nas questões sócio-humanitárias. Nessa lógica equivocada, é o consumo que insere o indivíduo na sociedade; assim, não mais se consome para viver e sim se vive para consumir.

Dessa maneira, infelizmente, e quase de forma imperceptível o lado *humano* – a preocupação com o outro, a piedade, a revolta social, a solidariedade, a compaixão, entre outros – é gradativamente deixado de lado, afinal, o que importa é o mundo particular de cada um.

Na sociedade do consumismo, os valores encontram-se invertidos, o *ter* é mais importante que o *ser*, as marcas e os modelos ditam quem realmente se é, fazendo com que as pessoas busquem por esses meios o reconhecimento e a demonstração do real significado de sua vida.

O mundo nunca mais foi o mesmo após a Revolução Industrial. A industrialização agilizou o processo de fabricação, o que não era possível durante o período artesanal. A indústria trouxe o desenvolvimento, que hoje leva ao consumismo alienado de produtos industrializados.

Com o consumismo, o *ter* revela-se mais importante que o *ser*, porque o consumo passa a ser essencial para a felicidade do ser humano, mudança que foi trazida pela modernidade, em busca da felicidade através do consumismo desregrado.

O acúmulo exagerado de supérfluos leva à deterioração os valores; meninos e meninas não brincam mais de carrinho e boneca, pessoas trabalham exaustivamente para poder ter mais. Até mesmo os relacionamentos se submetem a critérios materiais.

O consumista não age como o consumidor, que compra as mercadorias e os serviços de que necessita; o consumista atua, muitas vezes, por distúrbios emocionais e psicológicos ou por motivações socioeconômicas, como uma espécie de compensação pela frieza do convívio social, pela carência financeira, por uma autoestima deteriorada, o que só faz com que esse consuma mais, e é exatamente esta a intenção do mercado: tornar esses indivíduos dependentes do consumo.

Os pais têm papel fundamental na formação da ideia de consumo que os filhos terão. Esses aprendem desde cedo a consumir supérfluos, o que só os leva a se tornarem adultos consumistas, sem distinção entre o essencial e o necessário.

No próprio consumo infantil, apesar de as crianças ainda não terem noção do essencial e do necessário, já deixaram simplesmente de brincar para se aventurarem nas redes sociais, com celulares de última geração, *notebooks*.

Assim, acabamos nos deparando com o humanismo. O humanismo entende o humano como centro da vida, das relações de produção e de comunicação, das relações entre os indivíduos e as sociedades. É a valorização do ser humano.

Ocorre que o ser humano já se encontra ameaçado por ele mesmo. Com o consumismo, o humanismo é deixado para trás, dando lugar à desvalorização do ser humano como pessoa, e quem tem maior poder aquisitivo, tem aparelhos digitais mais modernos ou o carro do ano vale mais. Não são mais os valores e os ideais que identificam o ser humano, mas os poderes.

O consumismo desregrado gera a desvalorização moral do ser humano, num mundo cada vez mais globalizado. O valor da pessoa é deixado em segundo plano dando lugar ao valor econômico, pois está colocando o seu bem-estar pessoal acima de tudo. A escolha de uma vida melhor gera a necessidade de consumir e possuir, acabando por descartar os valores humanistas.

Uma vez refém do consumismo, o ser humano subverteu suas prioridades, e é difícil encontrar alguém que não tenha seu celular de última geração, carro do ano, roupas de grife, móveis novos.

Isso tudo, porém, dá poucas garantias de atingir a desejada felicidade. O fato é que, diariamente, somos bombardeados por publicidade que incentivam a compra de produtos novos e mais modernos.

O principal desafio do humanismo, quando tratamos de consumismo, são os avanços tecnológico e científico, que beneficiam apenas uma parcela da população. Contudo, esses avanços acabam por acelerar as diferenças econômicas e sociais, diferenças que, com a globalização, já são evidentes.

É visada também pelo humanismo a igualdade da pessoa humana, o que não acontece com o consumismo exacerbado. A visão de uma sociedade sem miséria, pobreza e fome é almejada pelo humanismo para que essa sociedade de consumo não se expanda.

Há quem acredite que o humanismo nunca existiu e chega até mesmo a demonstrar desprezo por ele. Esses, sem se dar conta da armadilha que os cerca, afirmam que o homem nunca foi humano.

Para os que acreditam no humanismo, a questão não é se nunca fomos humanos, mas a forma como nos tornamos humanos. Com o consumismo exacerbado, fica mais dificultoso, a construção do humanismo.

Para que a nossa cultura não perca o humanismo, temos que consumir de forma consciente, entender que a busca pela felicidade não se dá apenas no consumo exagerado de supérfluos. Ainda: não podemos esquecer das próximas gerações, e a ideia de consumir de forma consciente, de não se endividar e de buscar a felicidade nas pessoas e não em supérfluos deve ser avaliada, passada adiante para que o humanismo não se perca.

Consumo: formador de personalidade

O homem se considera autoconstrutor de sua própria personalidade ao definir sua imagem e identidade. Julga estar se libertando, quando, na realidade, não percebe a trama em que

está inserido, tornando-se apenas mais uma vítima do mercado e prisioneiro das aparências.

É exigido esteja totalmente integrado, caso contrário o terror da exclusão é despertado e neste contexto, passar a imagem ideal é o que conforta o indivíduo em quase todos os quesitos de sua existência: emprego, família, círculo de amizades e relacionamentos amorosos.

O ser humano está colocando o seu bem-estar pessoal acima de tudo, na busca por uma melhor qualidade de vida, harmonia e equilíbrio interior. Essa busca incessante se dá de forma cada vez mais facilitada e assídua na procura por profissionais como: psicólogos, nutricionistas, psiquiatras, *personal trainers*, cabeleireiros, manicures, *designers*, estilistas, entre outros.

O paradoxo se estabelece quando, curiosamente, se percebe o crescimento dos desequilíbrios emocionais como: depressão, inquietude, inseguranças, dificuldade de dormir bem, hiperatividade, entre outros tantos.

Embora seja construída uma imagem representativa na sociedade, cada pessoa é detentora de sua essência. Muitas vezes, o sujeito não tem conhecimento da liberdade que possui para percorrer vias secundárias, as quais acabam desbotadas pela força do império das marcas.

A escolha por vidas saudáveis se confronta com a necessidade de comprar, de possuir. Uma vida regular, com alimentação cultural, espiritual e corporal não é o bastante para extinguir o vício do consumo desenfreado.

O consumo como meio na busca da felicidade

É inevitável perceber que as necessidades se renovam, bem como os bens que as saciam. Diariamente surgem novos produtos no mercado, uma nova moda, uma nova tendência com finalidades únicas e exclusivas de propiciar felicidade, as quais devem ser renovados/substituídos continuamente pelo incansável ciclo do consumo.

Desse modo, pode-se estabelecer a seguinte relação: compro, logo, existo. Instigante afirmação que delimita a tênue linha entre o sucesso e o fracasso individuais. Instaure-se, no entanto, um paradoxo: se, a primeira vista, se pode pensar que o consumo existe justamente para proporcionar felicidade, depois de feita uma análise mais detalhada, considera-se que o que ocorre, geralmente, é o oposto. As necessidades se multiplicam em um ritmo tão acelerado que se torna praticamente impossível satisfazer todas elas, ao saciar uma, outra já está a postos aguardando providências.

Estresse, depressão, ruína nos relacionamentos interpessoais, superendividamento são somente algumas consequências desse quadro. Porém, estranhamente, parece ser exatamente isso o que o mercado deseja, ou seja, tornar os indivíduos dependentes do consumo, eternos insatisfeitos em busca do externo, de algo para completá-los e consolá-los, realizando uma nova promessa de felicidade.

O consumismo se revela, então, como um desperdício econômico, o gasto com o engano, o supérfluo. O mercado aposta na parte irracional do ser humano, ao estimular a emoção, o terreno mais frágil e seduzível pela mágica do consumo. As origens são emocionais, sociais, financeiras e psicológicas.

Esses fatores, juntos, conduzem as pessoas a gastarem o que podem e o que não podem, causando, por vezes, até mesmo doenças como a oneomania, distúrbio caracterizado pela compulsão por comprar.

Pessoas com essa doença sentem uma sensação de satisfação e felicidade extremas no momento da compra, porém, após, se sentem culpadas pelos excessos cometidos, o que lhes traz frustração e angústia.

A necessidade de se manter dentro dos padrões da sociedade capitalista leva o ser humano a ser refém de si mesmo, ao desespero, uma vez que a pessoa busca a sua ascensão na sociedade muitas vezes procurando ser como gostasse de ser vista por outras pessoas, perdendo totalmente sua identidade; pior: muitas vezes com saldo negativo altíssimo e impagável.

A felicidade não está apegada somente à necessidade de possuir bens materiais, longe disso, mas ao estado de espírito em que se encontra a alma e o equilíbrio entre o *ter* e o *ser*. Contudo, o modo como acreditamos nos valores é o mesmo de como nos sentimos: mais ou menos felizes.

Sofremos uma forte influência da mídia, da publicidade, do marketing; somos reféns do acesso ao crédito fácil e da moda. Sim, moda, que dita as tendências de nosso comportamento em relação à sociedade em que vivemos. Somos, muitas vezes, induzidos emocionalmente a adquirir produtos e serviços, que não são relevantes em nossa vida, pois não se tem capacidade econômica de compra, ou seja, compramos, muitas vezes, o que não precisamos e com o dinheiro que não temos.

Como o ser humano é complexo, totalmente influenciável e adestrado por uma pseudossociedade contemporânea que nos é vendida como a ideal para ser feliz.

Mas essa sociedade que diz que podemos ser mais felizes, afinal, é real ou virtual? Qual dos mundos é mais verdadeiro?

As agências de publicidade e marketing acreditam, ensaiam e nos vendem modelos de sociedade, de pessoas felizes, ditando as regras do que é bom e do que é ruim: se você é o cara ou não é o cara, ao que você assiste, o que você veste, o que você come, quem você é ou deve ser.

Elas nos vendem pacotes de felicidade, inclusive com modelo de ser humano consciente e cidadão responsável, mas sequer percebemos que estamos sendo induzidos e manipulados em nosso subconsciente, segundo a segundo, em nossos dias, e nos dois mundos em que vivemos: o real e o virtual.

Para o que está acontecendo no mundo real buscamos respostas no virtual, mas quando é que buscamos respostas no mundo real para o que acontece no mundo virtual? Em qual dos mundos vivemos mais? Qual é o mais verdadeiro, que cidadão está se formando entre esses dois mundos? Quem é (ou vai ser) o protagonistas dessa nova fase do consumo, ou do consumismo, que é para onde estamos indo?

Somos influenciados (como afirmado acima) sem nos darmos conta, mas essa não é uma tarefa fácil de entender e assimilar. Essa concepção realmente é difícil de compreender, pois muitos filósofos e psicanalistas buscam respostas a esse fenômeno.

No entanto, essa concepção de consumismo, influenciado pela publicidade e/ou *marketing*, depende também do estágio de desenvolvimento cultural do homem. Infelizmente, é sabido que a indução maior ocorre em pessoas menos esclarecidas. Se soubermos, consciente ou semiconsciente, o que desejamos expressar, utilizamos nossa crítica e lógica; podemos selecionar o que vamos fazer.

A afirmação de que o ato de consumir pode representar a satisfação de um desejo de nosso subconsciente, provavelmente, será recebida sem contradições e, aí, podemos entender que podemos consumir para satisfazer também o nosso inconsciente, que pode estar no mundo real e/ou no virtual.

Para evitar uma compreensão distorcida do foco do assunto-âncora – consumismo e humanismo – podemos afirmar que vivemos num mundo mais consumista do que humanista, não porque queremos, mas pela vulnerabilidade a que estamos expostos em nosso dia a dia.

Nós, seres humanos somos vítimas de um sistema que está nos levando a um mundo ambíguo, pois cria necessidades de mais conforto para nós e, para podermos alcançar, trabalhamos mais ou aumenta nosso grau de insatisfação, desconforto, instabilidade com relação à vida. Isso, em verdade, não é porque realmente precisamos, mas sim, de uma maneira ou outra, nos é imposto, somos escravos de um sistema econômico voraz, que nos oferta os benefícios da vida, mas com custo muito alto, muitas vezes, impagável.

O superendividamento

Com o acesso ao crédito e aos bens de consumo facilitado, cresce o número de pessoas que se endividam, que vivem preocupadas com e como ganhar dinheiro e se tornam, cada vez

mais, desesperadas; aumentam suas horas de trabalho, as horas extras, à procura por empréstimos, cartões de crédito, entre outros tantos. Nesse meio, o superendividamento se torna cada vez mais recorrente entre a grande parcela de consumidores seduzidos pelo mercado.

Recentemente, uma pesquisa, demonstrou que o endividamento vem ocasionando doenças, como, por exemplo, depressão:

Segundo o psicoterapeuta Alessandro Vianna, nas grandes metrópoles, as pessoas estão trabalhando mais, tendo menos momentos de lazer, para estar na companhia da família, perdendo assim parte da qualidade de vida. Acabam por desenvolver mecanismos de compensação, formas de prazer imediatas, como, por exemplo, a conquista de bens materiais, a ascensão social, o alcoolismo e até mesmo as drogas.¹

Para Vianna, uma das mais graves decorrências desses mecanismos é a ilusão gerada pelo comprar. O psicoterapeuta acredita que outras consequências do comprar, como forma de prazer imediato, são o endividamento e o descontrole financeiro.

O mesmo que os psicoterapeutas constatarem diariamente em seus consultórios, os especialistas da Associação Brasileira do Consumidor vêm verificando nos seus atendimentos ao público: pessoas desesperadas, perdidas e sem condições de raciocinar, por conta de dívidas e falta de dinheiro no cotidiano.²

O caminho a seguir seria, então, a educação financeira, isto é, mostrar para os consumidores o poder de restrição de compra, evitando o endividamento. Pesquisa da Serasa, recentemente,

¹ CONSUMIDOR/RS. *Brasileiros se apavoram e adoecem com endividamentos*. 2011.

² Idem.

demonstrou que a quantidade de brasileiros que deixaram de pagar as contas cresceu 17,3% entre abril de 2010 e abril deste ano (2011).

O presidente da Associação Brasileira do Consumidor, o Consultor e Educador Financeiro Marcelo Segredo, recomenda que os consumidores procurem valorizar os verdadeiros bens da vida, aqueles que não podem ser comprados, como a convivência com o núcleo familiar, o lazer e um tempo para si mesmo.”³

Consumismo infantil e virtual

Consumir passa a ser tanto um direito como um dever do ser humano, imposto pelo próprio *eu* desde criança. Pesquisas comprovam que, crescentemente, meninos e meninas deixam de lado seus carrinhos e bonecas para adquirir celulares, computadores, tênis ou sandália do momento. O lanche é industrializado, e os brinquedos nem sempre são abertos. Desde pequenos, esses indivíduos são atingidos pelo sentimento de ilusão criado pelo consumo. A esse respeito, a sociedade de consumo não reconhece diferenças de idade ou gênero, tampouco distinções de classe.⁴

A parte mais desanimadora parece ser a rapidez com que a satisfação se dissolve, o prazo de vida útil dos objetos (outrora profundamente desejados), é efêmero em todos os sentidos, o excesso, e o desapego ocasionados pela inversão dos valores humanos e sociais tornam-se normais.

Esse novo consumidor encontra um aliado nesse processo que é o acesso ao *mundo virtual* proporcionado pela internet. É nesse espaço que o consumidor se cria e se recria tantas vezes quanto achar necessário. Um quadro em branco e um horizonte sem fronteiras para ser, ou parecer ser, o que quiser.

³ Idem.

⁴ BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias*. Rio de Janeiro: J. Zahar. ed. 2008. p. 73.

Do outro lado da tela, é possível disfarçar ou ocultar sentimentos, intenções e a personalidade. O ser humano tenta proteger-se por trás de uma máscara de mentira e ilusão construída por ele mesmo, com qualidades exaltadas e defeitos ocultados.

A internet entra no jogo da aceitação social, basta ver os vídeos certos, ouvir as músicas certas, conversar com as pessoas certas no *MSN*, ler os *blogs* certos, postar as melhores fotos no *facebook*, ou exprimir os melhores comentários e *seguir* as pessoas corretas no *twitter*, e por aí vai.

É um mundo inteiro à disposição, algumas vezes transformadas em simples aparências; afinal, quantas daquelas pessoas à disposição são realmente *amigas* como são denominadas? Afinal, o que ainda seria o real significado de amizade? Só o que importa para muitos é fazer o outro acreditar que o que é mostrado *online* é real.

Os jovens são os mais atingidos. O jornal *Pioneiro* informou em 26 de março de 2011, que

entre os brasileiros com mais de 12 anos, 54% costumam acessar a internet, sendo o principal local de acesso *alan house* (31%), seguido da própria casa (27%) e da de parentes e amigos (25%). O Brasil é o quinto país com maior número de conexões à internet, e ainda que 38% das pessoas acessam a *web* diariamente, 10% de quatro a seis vezes por semana, 21% de duas a três vezes por semana, e 18% uma vez por semana. (PIONEIRO, 2011).

Alguns renunciam às suas atividades diárias somente para ficarem *conectados*, chegando a permanecer por mais de 18 horas em frente da máquina, o que acaba por diminuir o convívio familiar e os relacionamentos concretos. Na realidade atual, aparentemente, se tem jovens isolados em seu quarto, quando, na verdade, estão conectados com o mundo que lhes oferece

qualquer informação, novidades e possibilidades de novos *contatos*.

A internet é um vício, e devido às tecnologias que vem se tornando cada vez mais comuns, as pessoas deixam de passear para checar seu celular de minuto em minuto ou verificar se não receberam nenhum novo recado de suas redes sociais.

Comércio eletrônico e o consumidor

O vivenciar da compra está presente em todos os momentos, seja pessoalmente, no imaginário, seja eletronicamente. Sobre esse tempo desperdiçado, o sítio eletrônico *Consumidor RS*, publicou, em 25 de março de 2011, pesquisa que demonstrava que em 2010, mais de cinco milhões de novos consumidores passaram a fazer compras pela internet.

O estudo anual realizado pela Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico e pela *e-Bit* revela que os novos compradores *online* representam um salto de 30% sobre o total de usuários de comércio eletrônico em 2009. Para o ano de 2011, a expectativa é que outros cinco milhões entrem para o mercado de aquisições *online*, alavancando o total de compradores virtuais para 28 milhões.

A era da modernidade, a internet e as compras virtuais remetem a questões a serem trabalhadas pela ciência do Direito, como a segurança digital, quando o consumidor deve atentar para certos detalhes que são imprescindíveis, como, por exemplo, verificar se a empresa realmente existe fisicamente e se há um telefone para contato, salvar todas as telas de navegação no ato da compra, cuidar ainda para não fornecer dados bancários ou o número do(s) cartão(ões) de crédito via *e-mail*, observando sempre a segurança da página.⁵

Outros cuidados ainda podem ser observados como desconfiar de preços muito abaixo do mercado, desconfiar de *sites* que

⁵ CONSUMIDOR/RS, *Comércio eletrônico conquista 5,4 milhões de consumidores*. 2011.

exigem depósito em conta corrente de pessoas físicas, consultar as redes sociais para verificar se existem registros de reclamações, guardar os protocolos da compra ou do pedido e exigir sempre nota fiscal de compra.⁶

Nesse sentido, o Brasil já possui projetos de lei para regular o comércio eletrônico, de modo a proteger os consumidores virtuais, cogitando, inclusive, efetuar alterações no Código de Proteção e Defesa do Consumidor (CDC), uma vez que, na época em que esse foi sancionado – 20 anos atrás – a utilização da internet para compras praticamente não existia. A sociedade carece de regras específicas que garantam segurança jurídica nas transações.⁷

Com a facilidade que um indivíduo tem de realizar compras com apenas um clique, na comodidade de seu lar, o consumo se torna tentador, motivando o ciclo vicioso do consumismo, que se caracteriza como um atributo da sociedade contemporânea. A capacidade do individualismo é fortemente direcionada para que almeje constantemente novos produtos, que possuem essência própria, e seguidamente presente está a sensação de segurança, bem-estar e conforto.

Considerações finais

Considera-se que a globalização, a vida acelerada e a intensidade da interação social, a forma de as pessoas lidarem com suas vivências, os problemas do cotidiano, as dúvidas, os sentimentos e a inseguranças, compõem esse universo que está permeado pelo poder de consumo.

É uma ilusão imaginar que comprar um produto ou serviço soluciona um problema psicológico. Essa geração vive o conflito do ter, revelando-se como mais importante que o *ser*.

⁶ FUNDAÇÃO PROCON/SP. *Procon orienta – Comércio Eletrônico*. 2010.

⁷ SENADO FEDERAL, Portal de Notícias. *Projeto garante proteção a quem usa comércio virtual*. 2010.

Os pais se angustiam por não poderem comprar um tênis de marca ou mesmo por não poderem proporcionar uma viagem ao Exterior aos filhos. As exigências aumentam a incapacidade das pessoas de as satisfazerem. Logo, se deprimem.

Para alguns a solução é o endividamento, o comprar sem reflexão; outros acabam excluídos do mercado de consumo.

O sistema jurídico brasileiro ensina medidas para encarar esses novos desafios e novidades como o cadastro positivo de crédito e projetos para prevenir e tratar o superendividamento, educando e socorrendo a sociedade. Resta, a todos, acompanhar tais evoluções, comprometendo-se verdadeiramente com as mudanças e buscando um eterno progresso, um mundo melhor, com mais dignidade, serenidade e felicidade, impregnado de humanidade.

Referências

BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2001.

CONSUMIDOR/RS. *Comércio eletrônico conquista mais 5,4 milhões de consumidores*. 2011. Disponível em: <<http://www.consumidorrs.com.br/rs2/inicial.php?case=2&idnot=%2015219>>. Acesso em: 26 mar. 2011.

CONSUMIDOR/RS. *Brasileiros se apavoram e adoecem com endividamento*. 2011. Disponível em: <<http://www.consumidorrs.com.br/rs2/inicial.php?case=2&idnot=%2016417>>. Acesso em: 8 jun. 2011.

LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Cia. das Letras, 2007.

PROCON/SP, Fundação. *Procon orienta – Comércio Eletrônico*. 2010. Disponível em: <http://www.procon.sp.gov.br/pdf/ACS_orienta_comercio_eletronico.pdf>. Acesso em: 5 maio 2011.

SENADO FEDERAL. Portal de Notícias. *Projeto garante proteção a quem usa comércio virtual*. 2010. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/noticias/jornal/noticia.asp?codEditoria=521&dataEdicaoVer=20101116&dataEdicaoAtual=20101116&nomeEditoria=Especial+Cidadania&codNoticia=101262>>. Acesso em: 3 fev. 2011.

A concepção constitucional do consumidor: o princípio da dignidade da pessoa humana nas relações de consumo

Kátia Leão Cerqueira*
Jorge Renato dos Reis**

Introdução

O presente estudo volta-se à análise da concepção constitucional do consumidor, notadamente sobre o princípio da dignidade da pessoa humana nas relações de consumo. Busca demonstrar que a dignidade da pessoa humana é, simultaneamente, fundamento e meta da tutela jurídica do consumidor no ordenamento jurídico pátrio. Para tanto,

* Mestranda em Direito pela Unisc. Especializanda em Direito Imobiliário com ênfase em Direito Notarial e Registral pela Unisc. Graduada em Direito pela Unisc. Integrante dos Grupos de Pesquisa “Intersecções jurídicas entre o público e o privado” e “O Estado Constitucional contemporâneo e suas comunicações como meio de transformação do direito à saúde”, do Programa de Pós-Graduação em Direito – Mestrado e Doutorado da Unisc, e do Grupo de Pesquisa “Executivo e políticas públicas”, do PPGD da UPF. Subcoordenadora do Grupo de Estudos “Recursos hídricos”, da Graduação em Direito da Unisc. Bolsista voluntária do projeto “Políticas Públicas de educação para o consumo”, desenvolvido pelo PPGD – Mestrado e Doutorado da Unisc, contemplado pelo Conselho Estadual de Defesa do Consumidor, com recursos oriundos do Fundo Estadual de Defesa do Consumidor. Bolsista no Programa Bolsas Institucionais para Programas de Pós-Graduação da Universidade de Santa Cruz do Sul (BIPSS), RS, Edital 01/2011.

** Pós-Doutor pela Università Degli Studi di Salerno (Itália). Doutor pela Unisinos. Mestre em Desenvolvimento Regional pela Unisc. Especialista em Direito Privado pela Unisc. Graduado em Direito pelas Faculdades Integradas de Santa Cruz do Sul. Professor, pesquisador e coordenador do Programa de Pós-Graduação em Direito – Mestrado e Doutorado da Unisc. Professor na graduação da UNISC. Advogado atuante.

identificam-se, primeiramente, as bases teóricas e históricas da constitucionalização do Direito Privado e, por conseguinte, da vinculação do Poder Público e dos particulares aos direitos fundamentais. Posteriormente, discorre-se acerca da dignidade da pessoa humana como norma fundamental para a ordem jurídico-constitucional e, para tanto, tecem considerações acerca da definição e do conteúdo da noção de dignidade da pessoa humana, bem como de sua dimensão jurídico-normativa no contexto da arquitetura constitucional pátria. Por fim, busca-se tecer considerações sobre o princípio da dignidade da pessoa humana nas relações de consumo, com o objetivo de demonstrar que o Código de Defesa do Consumidor (CDC) existe *por* e *para* a dignidade da pessoa humana que, como princípio fundamental situado no vértice axiológico da ordem jurídica, deve ser respeitado e promovido não apenas pelo Estado, mas também pelos particulares, pela comunidade, por todos e cada um.

Constitucionalização do Direito Privado e a vinculação do Poder Público e dos particulares aos direitos fundamentais

A partir do advento do *Welfare State*, assistiu-se a uma crescente intervenção do Estado na atividade econômica e na vida social. A liberdade excessivamente individualista e patrimonialista predominante no Estado Liberal tomara proporções exacerbadas, estabelecendo grandes desigualdades sociais, eis que, naquele contexto, a liberdade do indivíduo era absoluta, o que acabou culminando na limitação da liberdade do outro. Houve, então, a necessidade da intervenção do Estado no âmbito das relações de Direito Privado para atenuar essas desigualdades e restringir a liberdade dos indivíduos, resguardando os grupos menos favorecidos.

Desse modo, “não bastava mais o mero reconhecimento formal das liberdades humanas, sendo necessário assegurar as condições materiais mínimas para que tais liberdades pudessem

ser efetivamente desfrutadas pelos seus titulares”.¹ Nesse contexto, o individualismo concede passagem ao social, e o Estado Não Intervencionista transmuta-se em Estado Providência, passando de uma postura negativa e retraída a uma postura presente.² Essa nova roupagem determinou o primado do público sobre o privado, mediante o “aumento da intervenção estatal na regulação coativa dos comportamentos dos indivíduos”.³

Se, anteriormente, respeitar os direitos individuais implicava ao Estado não intervir nas relações privadas, dentro desse novo contexto, coube justamente ao ente estatal garantir e defender os direitos sociais – direitos positivos (prestacionais) –, passando, pois, de uma postura negativa e retraída a uma postura intervencionista/dirigente (direta ou indiretamente) nas relações privadas, limitando a autonomia privada em prol da garantia da tutela jurídica aos mais fracos, figurando, desse modo, como protagonista dos setores econômico e social. Para Reis,

passou, então, o Estado a intervir na organização da vida econômica a fim de estabelecer um equilíbrio econômico entre os particulares, buscando diminuir as desigualdades materiais existentes. Na Europa chegou-se a estabelecer o *Welfare State* ou Estado Providência, para os franceses, ou, ainda, Estado do Bem-Estar Social, onde o Estado deixou sua condição passiva de “não fazer” e passou a ter uma atuação ativa na efetivação de uma justiça social. No Brasil não se chegou a atingir o *Welfare State*, porém houve sem dúvida o Estado Interventor com a edição de diversas leis esparsas, também denominadas de

¹ SARMENTO, Daniel. *Direitos fundamentais e relações privadas*. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2006, p. 19.

² Saliente-se, contudo, que não existiu uma ruptura na passagem do Estado Liberal para o Estado Social, mas uma acomodação dos interesses conflitantes. Nesse sentido, Leal afirma que “o Estado social pode ser compreendido mais como uma tentativa de adaptação da sociedade pós-industrial aos novos tempos do que como algo eminentemente novo”. (LEAL, Mônia Clarissa Hennig. *A Constituição como princípio: os limites da jurisdição constitucional brasileira*. Barueri: Manole, 2003. p. 12).

³ BOBBIO, Norberto. *Estado, governo e sociedade: para uma teoria geral da política*. Trad. de Marco Aurélio Nogueira. 9. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987. p. 25.

microsistemas jurídicos, retirando do Código Civil diversas regulações, em razão de que este, ainda fundamentado no sistema individualista liberal, não reunia condições de regular os interesses sociais, ensejando o processo da publicização do direito privado.⁴

Assim, se à época do Estado Absenteísta/Não Interventor o Código Civil ocupara a posição central no ordenamento jurídico, normatizando em caráter exclusivo as relações jurídicas entre os indivíduos, no Estado Social, diante da emergência de novos direitos e demandas, a ideia de completude das codificações mostrara-se insuficiente para regular certas relações jurídicas da esfera privada, determinando, desse modo, a fragmentação do Direito Privado, ou seja, supera-se a ideia de unidade legislativa, passando-se de um sistema monolítico a um polissistema.⁵ Desse modo, a matéria privada, que antes estava centrada nos códigos civis e comerciais, passa a ser tratada por leis especiais, que têm por função regular interesses e situações que se especializam.⁶

⁴ REIS, Jorge Renato dos. A constitucionalização do Direito Privado e o novo Código Civil. In: LEAL, Rogério Gesta (Org.). *Direitos sociais e políticas públicas: desafios contemporâneos*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2003. p. 776. t. 3.

⁵ MORAES, Maria Celina Bodin de. A constitucionalização do Direito Civil e seus efeitos sobre a responsabilidade civil. In: SOUZA NETO, Cláudio Pereira de; SARMENTO, Daniel (Coord.). *A constitucionalização do Direito: fundamentos teóricos e aplicações específicas*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2007. p. 436. Diz a autora: “A proliferação da legislação esparsa sob a forma de estatutos especializados, por vezes tidos como ‘microsistemas legislativos’, tornou insustentável afirmar a centralidade do Código diante deste verdadeiro polissistema, que encontra, agora, na Constituição sua unidade sistemática e axiológica.”

⁶ LORENZETTI, Ricardo Luis. *Fundamentos do Direito Privado*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1998. p. 45. Ao abordar a descodificação do Direito Privado e do *big bang* legislativo, o autor infere: “A explosão do Código produziu um fracionamento da ordem jurídica, semelhante ao sistema planetário. Criam-se microsistemas jurídicos que, da mesma forma como os planetas, giram com autonomia própria, sua vida é independente; o Código é como o sol, ilumina-os, colabora em suas vidas, mas já não pode incidir diretamente sobre eles.”

Esse longo percurso histórico, cujo itinerário não se poderia aqui palmilhar, caracteriza o que se convencionou chamar de processo de descodificação do direito civil, com o deslocamento do centro de gravidade do direito privado, do Código Civil, antes um corpo legislativo monolítico, por isso mesmo chamado de monossistema, para uma realidade fragmentada pela pluralidade de estatutos autônomos. Em relação a estes o Código Civil perdeu qualquer capacidade de influência normativa, configurando-se um polissistema, caracterizado por um conjunto crescente de leis tidas como centros de gravidade autônomos e chamados, por conhecida corrente doutrinária, de microsistemas.⁷

Nesse cenário, a Constituição é elevada ao topo do ordenamento jurídico, vinculando todas as demais normas infraconstitucionais à sua observância. O Código Civil, por sua vez, perde, gradativamente, sua centralidade, e a Constituição passa a desempenhar o papel unificador do sistema, de modo cada vez mais contundente.⁸ O Direito Constitucional “penetra em novos campos, fecundando-os com seus valores. A Constituição, em suma, não é mais a ‘Lei do Estado’, mas o Estatuto Fundamental do Estado e da sociedade”.⁹

No campo do Direito Privado, tem-se a limitação da autonomia da vontade, não apenas no sentido de reprimir os atos considerados socialmente lesivos, mas tendo como perspectiva a concretização e promoção dos princípios constitucionais da solidariedade social e da dignidade da pessoa

⁷ TEPEDINO, Gustavo. *Temas de Direito Civil Constitucional*. Rio de Janeiro: Renovar, 2000. p. 5.

⁸ PERLINGIERI, Pietro. *Perfis do Direito Civil: introdução ao Direito Civil Constitucional*. Trad. de Maria Cristina de Cicco. Rio de Janeiro: Renovar, 1999. p. 6. Diz o autor: “O Código Civil certamente perdeu a centralidade de outrora. O papel unificador do sistema, tanto nos seus aspectos mais tradicionalmente civilísticos quanto naqueles de relevância publicista, é desempenhado de maneira cada vez mais incisiva pelo Texto Constitucional.”

⁹ SARMENTO, Daniel. *Direitos fundamentais e relações privadas*. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2006. p. 24.

humana. Dito de outro modo, em prol da solidariedade, abandona-se a ética do individualismo, e, em benefício da proteção da dignidade da pessoa humana, relativiza-se a tutela da autonomia privada.¹⁰

Diante de tal quadro, atenuam-se os limites entre o público e o privado, que passam a convergir. Tal convergência opera nas duas direções, pois que o Estado passa a se valer de institutos jurídicos de Direito Privado para executar algumas de suas tarefas – o que resulta no fenômeno da privatização do Direito Público – e, por outro, também ocorre a publicização do Direito Privado, através do processo de intervenção do Estado em âmbitos que antes eram deixados ao livre-arbítrio das vontades privadas, principalmente mediante a legislação infraconstitucional.¹¹ Nesse sentido, é lapidar a lição de Habermas, que, conquanto referida à realidade alemã, vale também para o Brasil:

Desde o término da Primeira Guerra Mundial, também a evolução jurídica acompanha até certo ponto a evolução social e acarreta o surgimento de uma complicada mistura de tipos que, de início, foi registrada sob a rubrica “publicização do Direito Privado”; mais tarde aprendeu-se a considerar o mesmo procedimento também sob o ponto de vista inverso, o de uma privatização do Direito Público: elementos do Direito Público e elementos do Direito Privado se interpenetram mutuamente até a incognoscibilidade e indissolubilidade [...]. O momento “publicitário” do interesse público liga-se nessa medida, com o momento jurídico privado da formulação contratual, com o que surge uma nova esfera, com

¹⁰ FACCHINI NETO, Eugênio. Reflexões histórico-evolutivas sobre a constitucionalização do Direito Privado. In: SARLET, Ingo Wolfgang (Org.). *Constituição, direitos fundamentais e Direito Privado*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2003. p. 22-23.

¹¹ FACCHINI NETO, Eugênio. Reflexões histórico-evolutivas sobre a constitucionalização do Direito Privado. In: SARLET, Ingo Wolfgang (Org.). *Constituição, direitos fundamentais e Direito Privado*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2003. p. 26-27.

concentração de capital e intervencionismo, a partir do processo correlato de uma socialização do Estado e de uma estatização da sociedade. Esta esfera não pode ser entendida completamente nem como sendo puramente privada nem como sendo genuinamente pública; também não pode ser univocamente classificada no âmbito do Direito Privado ou do Direito Público.¹²

Nessa conjuntura, ocorre a constitucionalização do Direito Privado, ou seja, os princípios fundantes dos três institutos básicos do Direito Privado – família, propriedade e contrato – passam a estar disciplinados na Constituição, determinando, portanto, a leitura do Direito Privado à luz dos princípios constitucionais.¹³ Ao analisar a designada constitucionalização do Direito Privado, Sarlet assevera que esse fenômeno se manifesta por duas vias:

a) a presença da Constituição no Direito Privado, onde se cuida da influência das normas constitucionais, via concretização legislativa e/ou judicial sobre as normas do Direito Privado e as relações entre particulares, e b) a presença do Direito Privado na Constituição, onde se cuida de institutos originalmente do Direito Privado previstos na Constituição – que por sua vez, irá influenciar o Direito Privado – situação em que, no fundo, se está a falar de direito constitucional e não propriamente de um direito civil-constitucional.¹⁴

¹² HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública*: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Trad. de Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984. p. 177-180.

¹³ FACCHINI NETO, Eugênio. Reflexões histórico-evolutivas sobre a constitucionalização do Direito Privado. In: SARLET, Ingo Wolfgang (Org.). *Constituição, direitos fundamentais e Direito Privado*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2003. p. 28-29.

¹⁴ SARLET, Ingo Wolfgang. Mínimo existencial e Direito Privado: apontamentos sobre algumas dimensões da possível eficácia dos direitos fundamentais sociais no âmbito das relações jurídico-privadas. In: SOUZA NETO, Cláudio Pereira de; SARMENTO, Daniel (Coord.). *A constitucionalização do Direito*: fundamentos teóricos e aplicações específicas. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2007. p. 323.

A constitucionalização do Direito Civil determina, por sua vez, a inserção de valores constitucionais no âmbito privado, dentre os quais, o princípio da dignidade da pessoa humana, o que resulta na denominada *repersonalização* ou *despatrimonialização* do Direito Civil, ou seja, recoloca-se no centro do Direito Civil a tutela da pessoa humana em substituição ao patrimônio. É o que se pode depreender da lição de Reis:

Em razão do princípio da constitucionalidade há a exigência de que todos os atos praticados o sejam de acordo com seus princípios sob pena de inexistência, nulidade, anulabilidade ou ineficácia. Desta forma toda a legislação infraconstitucional torna-se constitucionalizada, extinguindo a idéia de um direito civil autônomo em relação ao direito constitucional. [...] Dessa forma muda o paradigma do direito privado, ao invés da proteção patrimonial ditada pelo ideal burguês, do sistema liberal, passa-se a proteger a pessoa humana, ocorre o fenômeno da despatrimonialização do direito privado, ou seja, em obediência à sua constitucionalização, há a predominância do princípio da dignidade da pessoa humana [...]. Ocorre, assim, a repersonalização do direito privado, no sentido de (re)colocar o indivíduo no topo da proteção deste direito privado.¹⁵

Tem-se, pois, que, em decorrência do intervencionismo estatal e, conseqüentemente, do fenômeno da constitucionalização do Direito Privado, houve uma atenuação dos limites entre a norma pública e a norma privada e uma aproximação entre Estado e sociedade civil. Sob esses pilares, surge o conceito de Estado Democrático de Direito, cujo conteúdo é transformador da

¹⁵ REIS, Jorge Renato dos. A constitucionalização do Direito Privado e o novo Código Civil. In: LEAL, Rogério Gesta (Org.). *Direitos sociais e políticas públicas: desafios contemporâneos*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2003. p. 779-780. t. 3.

realidade,¹⁶ ou seja, “ultrapassa o aspecto material de concretização de uma vida digna ao homem e passa a agir simbolicamente como fomentador da participação pública quando o democrático irradia o Estado”.¹⁷

Na esteira desses desenvolvimentos, a Constituição passa a ser vista como o elemento de estabilidade em meio ao jogo das maiorias, mediante a incorporação de direitos daqueles que não integram essa maioria. A partir desse panorama, consolida-se a ideia de que a Constituição não é apenas um programa político, ou programa de ação, mas uma ordem concreta de valores que funcionam como diretrizes para a vida em comum, assumindo, portanto, um caráter principiológico, elevando-se, pois, ao cume da pirâmide escalonada, vinculando todo o ordenamento jurídico, figurando como fonte informativa e interpretativa.

Desse modo, se na visão liberal a Constituição representava apenas um limite ao poder político, sem afetar as relações privadas, no constitucionalismo contemporâneo a Constituição passa a modelar também as relações sociais e econômicas.¹⁸

¹⁶ Na lição de Fiúza, “vive-se hoje no Brasil os alvares do Estado Democrático de Direito. Este é o momento da conscientização desse novo paradigma. Só agora assumem a devida importância os princípios e os valores constitucionais por que se deve pautar todo o sistema jurídico. Constitucionalização ou publicização do Direito Civil entram na temática do dia. O Código Civil não seria mais o centro do ordenamento civil. Seu lugar ocupa a Constituição, seus princípios e valores. Diz-se que os pilares de sustentação do Direito Civil, família, propriedade e autonomia da vontade, deixaram de sê-lo. O único pilar que sustenta toda a estrutura é o ser humano, a dignidade da pessoa, sua promoção espiritual, social e econômica. Este pilar está, por sua vez, enraizado na Constituição”. (FIUZA, César. *Direito Civil: curso completo*. 6. ed. rev. atual. e ampl. de acordo com o Código Civil de 2002. Belo Horizonte: Del Rey, 2003. p. 29).

¹⁷ MORAIS, José Luís B. de. *Do direito social aos interesses transindividuais: o Estado de Direito na ordem contemporânea*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1996. p. 74.

¹⁸ FACCHINI NETO, Eugênio. Reflexões histórico-evolutivas sobre a constitucionalização do Direito Privado. In: SARLET, Ingo Wolfgang (Org.). *Constituição, direitos fundamentais e Direito Privado*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2003. p. 39.

A dignidade da pessoa humana como norma fundamental para a ordem jurídico-constitucional no contexto contemporâneo

A Constituição Federal de 1988 foi original ao incluir em seu texto, no título dos princípios fundamentais, a dignidade da pessoa humana como um dos fundamentos do Estado Democrático de Direito (art. 1º, inc. III). Ao consagrá-la como princípio fundamental, o Constituinte de 1988 reconheceu categoricamente que “é o Estado que existe em função da pessoa humana, e não o contrário, já que o ser humano constitui a finalidade precípua, e não meio da atividade estatal”.¹⁹

Por sua qualidade de princípio fundamental, a dignidade da pessoa humana constitui valor-guia dos direitos fundamentais e de toda a ordem jurídica, representando, pois, o “epicentro axiológico da ordem constitucional, irradiando efeitos sobre todo o ordenamento jurídico e balizando não apenas os atos estatais, mas também toda a miríade de relações privadas que se desenvolvem no seio da sociedade civil e no mercado”.²⁰

Na verdade, o princípio da dignidade da pessoa humana ainda vive um “momento de elaboração doutrinária e de busca de maior densidade jurídica”.²¹ procurando “estabelecer os contornos de uma objetividade possível, que permita ao princípio transitar de sua dimensão ética e abstrata para as motivações racionais e fundamentadas das decisões judiciais”.²²

A dignidade da pessoa humana existe por si, pelo simples fato de a pessoa existir no mundo, independentemente de credo

¹⁹ SARLET, Ingo Wolfgang. *Dignidade da pessoa humana e direitos fundamentais na Constituição Federal de 1988*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001. p. 66.

²⁰ SARMENTO, Daniel. *Direitos fundamentais e relações privadas*. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2006. p. 85-86.

²¹ BARROSO, Luís Roberto. Fundamentos teóricos e filosóficos do novo Direito Constitucional brasileiro. In: BARROSO, Luís Roberto (Org.). *A nova interpretação constitucional: ponderação, direitos fundamentais e relações privadas*. Rio de Janeiro: Renovar, 2003. p. 36.

²² BARROSO, Luís Roberto. Fundamentos teóricos e filosóficos do novo Direito Constitucional brasileiro. In: BARROSO, Luís Roberto (Org.). *A nova interpretação constitucional: ponderação, direitos fundamentais e relações privadas*. Rio de Janeiro: Renovar, 2003. p. 36.

ou raça. Conforme pontua Barroso, “seu núcleo material elementar é composto do *mínimo existencial*, locução que identifica o conjunto de bens e utilidades básicas para a subsistência física e indispensável ao desfrute da própria liberdade”.²³ Portanto, se o indivíduo não puder desfrutar das condições mínimas de existência digna, ainda que haja sobrevivência, não há dignidade.

O elemento nuclear da noção de dignidade da pessoa humana centra-se na autonomia e no direito de autodeterminação de cada pessoa, e essa autonomia, considerada em abstrato, traduz-se como a capacidade potencial que cada pessoa tem de autodeterminar sua conduta, não dependendo da sua efetiva realização no caso da pessoa em concreto, de modo que também o absolutamente incapaz – o que sofre de grave deficiência mental, por exemplo –, possui a mesma dignidade que qualquer outra pessoa capaz física e mentalmente.²⁴

Destarte, a dignidade da pessoa humana traduz-se num direito irrenunciável e inalienável inerente a toda e qualquer pessoa, independentemente de merecimento pessoal ou social, vontade ou consentimento e deve prevalecer até mesmo contra a sua própria vontade, tendo como exemplo, nesse caso, a famosa decisão do Conselho de Estado francês acerca do caso do “lança-anões”.²⁵ Na dicção de Sarlet,

²³ BARROSO, Luís Roberto. Fundamentos teóricos e filosóficos do novo Direito Constitucional brasileiro. In: BARROSO, Luís Roberto (Org.). *A nova interpretação constitucional: ponderação, direitos fundamentais e relações privadas*. Rio de Janeiro: Renovar, 2003. p. 38-39.

²⁴ SARLET, Ingo Wolfgang. *Dignidade da pessoa humana e direitos fundamentais na Constituição Federal de 1988*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001. p. 44-45.

²⁵ REIS, Jorge Renato dos. Os direitos fundamentais de tutela da pessoa humana nas relações entre particulares. In: LEAL, Rogério Gesta; REIS, Jorge Renato dos (Org.). *Direitos sociais e políticas públicas: desafios contemporâneos*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2007. p. 2054. t. 7: “O município da cidade francesa de Morsang-sur-Orge interditou uma atividade, realizada numa casa noturna daquela cidade, conhecida como *lancer de nain* (lança-anões). A atividade consistia no arremesso de um anão, pelos frequentadores da boate, o qual era projetado de um lado a outro da boate. A casa noturna, juntamente com o anão, que naturalmente recebia algum numerário pela atividade, recorreu da decisão, tendo o Tribunal Administrativo anulado a decisão do município. O Conselho de Estado, na condição de mais alta instância administrativa francesa, reformou a decisão do Tribunal Administrativo, sob o argumento de [que] o respeito à dignidade

a dignidade, como qualidade intrínseca da pessoa humana, é irrenunciável e inalienável, constituindo elemento que qualifica o ser humano como tal e dele não pode ser destacado, de tal sorte que não se pode cogitar na possibilidade de determinada pessoa ser titular de uma pretensão a que lhe seja concedida a dignidade. Esta, portanto, como qualidade integrante e irrenunciável da própria condição humana, pode (e deve) ser reconhecida, respeitada, promovida e protegida, não podendo, contudo (no sentido ora empregado) ser criada, concedida ou retirada, já que existe em cada ser humano como algo que lhe é inerente. [...] Assim, vale lembrar que a dignidade evidentemente não existe apenas onde é reconhecida pelo Direito e na medida que este a reconhece, já que constitui dado prévio, não esquecendo, todavia, que o Direito poderá exercer papel crucial na sua proteção e proteção.²⁶

A dignidade da pessoa humana, no âmbito de sua perspectiva intersubjetiva, ou seja, “na relação da pessoa humana com as demais pessoas que com ela se relacionam no seu ambiente social”,²⁷ implica, conforme destaca Loureiro, “uma obrigação geral de respeito pela pessoa (pelo seu valor intrínseco como pessoa), traduzida num feixe de deveres e direitos correlativos, de natureza não meramente instrumental, mas sim, relativos a um conjunto de bens indispensáveis ao ‘florescimento humano’”.²⁸

da pessoa humana é um dos componentes da ordem pública; que a autoridade pública investida do poder de polícia municipal pode, mesmo na ausência de circunstâncias locais particulares, interditar uma atração atentatória à dignidade da pessoa humana.” (Grifo nosso).

²⁶ SARLET, Ingo Wolfgang. *Dignidade da pessoa humana e direitos fundamentais na Constituição Federal de 1988*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001. p. 40-41.

²⁷ REIS, Jorge Renato dos. Os direitos fundamentais de tutela da pessoa humana nas relações entre particulares. In: LEAL, Rogério Gesta; REIS, Jorge Renato dos (Org.). *Direitos sociais e políticas públicas: desafios contemporâneos*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2007. p. 2037. t. 7.

²⁸ LOUREIRO, João Carlos Gonçalves. O direito à identidade genética do ser humano. *Portugal-Brasil ano 2000 – Boletim da Faculdade de Direito de Coimbra, Coimbra: Editora Coimbra, p. 281, 2000.*

Sem embargo, o princípio da dignidade da pessoa humana caracteriza-se como um superprincípio que irradia sua força normativa a todos os demais princípios e normas jurídicas, nutrindo e perpassando todos os direitos fundamentais que, “em maior ou menor medida, podem ser considerados como concretizações ou exteriorizações suas”.²⁹ É, portanto, um princípio supremo na hierarquia das normas, que confere unidade de sentido e de valor ao sistema jurídico, vinculando e informando a exegese e aplicação do direito vigente.

Situado, pois, no vértice axiológico da ordem jurídica, o princípio da dignidade da pessoa humana exprime a primazia da pessoa sobre o patrimônio e sobre o Estado, afigurando-se, simultaneamente, como limite e tarefa dos poderes estatais, da comunidade em geral, de todos e de cada um. Nesse sentido, Sarlet, valendo-se dos ensinamentos de Podlech, afirma que:

na condição de limite da atividade dos poderes públicos, a dignidade necessariamente é algo que pertence a cada um e que não pode ser perdido ou alienado, porquanto, deixando de existir, não haveria mais limite a ser respeitado (este sendo considerado o elemento fixo e imutável da dignidade). Como tarefa (prestação) imposta ao Estado, a dignidade da pessoa reclama que este guie as suas ações tanto no sentido de preservar a dignidade existente, quanto objetivando a promoção da dignidade, especialmente criando condições que possibilitem o pleno exercício e fruição da dignidade, sendo, portanto dependente (a dignidade) da ordem comunitária, já que é de se perquirir até que ponto é possível ao indivíduo realizar, ele próprio, parcial ou totalmente suas necessidades existenciais básicas ou se necessita, para tanto, do concurso do Estado ou da comunidade (este seria, portanto, o elemento mutável da dignidade).³⁰

²⁹ SARMENTO, Daniel. *Direitos fundamentais e relações privadas*. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2006. p. 89.

³⁰ SARLET, Ingo Wolfgang. *Dignidade da pessoa humana e direitos fundamentais na Constituição Federal de 1988*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001. p. 46.

Na esteira de tais diretrizes, tem-se, pois, que a Carta Magna de 1988 atribuiu plena normatividade à dignidade da pessoa humana, projetando-a para todo o sistema jurídico, político e social, guindando-a à condição de alicerce principal do Estado Democrático de Direito. Dotou-a de proeminência jurídico-normativa sobre os demais princípios e convertendo-a, portanto, de mera manifestação conceitual do Direito Natural em um princípio autônomo intimamente relacionado à realização e concretização dos direitos fundamentais e limitador da atuação estatal e particular em prol da mais ampla proteção do ser humano.

Assim, tecidas algumas considerações acerca da definição e do conteúdo da noção de dignidade da pessoa humana, importa avaliar sua dimensão jurídico-normativa no contexto da arquitetura constitucional pátria. Com efeito, o Constituinte de 1988 reconheceu e positivou a dignidade da pessoa humana – consoante já reiteradamente frisado – como princípio fundamental, o que, conforme Sarlet, traduz a certeza de que o artigo 1º, inciso III, de nossa Lei Fundamental não contém apenas uma declaração de conteúdo ético e moral, mas que “constitui norma jurídico-positivada dotada, em sua plenitude, de *status* constitucional formal e material e, como tal, inequivocamente carregado de eficácia, alcançando, portanto, tal como assinalou Benda – a condição de valor jurídico fundamental da comunidade”.³¹

Nesse sentido, Sarlet esclarece que o reconhecimento da condição normativa da dignidade, assumindo feição de princípio (e até mesmo como regra) constitucional fundamental, não importa redução de sua amplitude e magnitude, eis que não afasta o seu papel como valor fundamental geral, mas, pelo contrário, outorga a este valor uma maior pretensão de eficácia e efetividade.³²

³¹ SARLET, Ingo Wolfgang. *Dignidade da pessoa humana e direitos fundamentais na Constituição Federal de 1988*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001. p. 72.

³² SARLET, Ingo Wolfgang. *Dignidade da pessoa humana e direitos fundamentais na Constituição Federal de 1988*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001. p. 73-74.

Embora não seja este – inclusive pelos limites deste estudo – o momento oportuno para aprofundar a distinção entre valores, princípios e regras, algumas breves notas a esse respeito fazem-se aqui necessárias, para que se possa compreender a dimensão jurídico-normativa da dignidade da pessoa humana no ordenamento constitucional pátrio. Importa consignar que para a presente análise adotar-se-á, a título de pressuposto teórico, a classificação proposta por Alexy.³³

Os princípios constituem a expressão dos valores fundamentais que informam o sistema jurídico e, desse modo, há, portanto, uma indissociável relação entre princípios e valores e uma notável similitude estrutural entre ambos. Conforme Alexy, a diferença entre ambas as categorias reside, pontualmente, no fato de que os valores situam-se no âmbito axiológico (juízos de valor), enquanto os princípios situam-se no âmbito deontológico (no âmbito do dever-ser).³⁴ Daí a constatação de Sarlet de que jamais devemos esquecer a “permanente presença dos valores no sistema normativo, seja nos princípios, seja nas regras, pena de, aí sim, incorrerem em grave equívoco e merecermos até mesmo o rótulo de positivistas no sentido formalista kelseniano”.³⁵

Acerca da diferenciação entre princípios e regras, Alexy ensina que os princípios são mandamentos de otimização, isto é, são normas que ordenam que algo seja realizado na maior medida possível, sendo que essa determinação poderá ser cumprida em graus variados, de acordo com as possibilidades fáticas e jurídicas

³³ ALEXY, Robert. *Teoria dos direitos fundamentais*. 5. ed. Trad. de Virgílio Afonso da Silva. São Paulo: Malheiros, 2008. p. 86-91. Para o autor, toda norma é ou uma regra ou um princípio: “Tanto regras como princípios são normas, porque ambos dizem o que deve ser. Ambos podem ser formulados por meio das expressões deontológicas básicas do dever, da permissão e da proibição. Princípios são, tanto quanto as regras, razões para juízos concretos de dever-ser, ainda que de espécie muito diferente. A distinção entre regras e princípios é, portanto, uma distinção entre duas espécies de norma.”

³⁴ ALEXY, Robert. *Teoria dos direitos fundamentais*. 5. ed. Trad. de Virgílio Afonso da Silva. São Paulo: Malheiros, 2008. p. 144-153.

³⁵ SARLET, Ingo Wolfgang. *Dignidade da pessoa humana e direitos fundamentais na Constituição Federal de 1988*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001, p. 73 – em nota de rodapé.

existentes.³⁶ Já as regras contêm determinações no âmbito daquilo que é fático e juridicamente possível, isto é, elas são sempre ou satisfeitas ou não satisfeitas, não possuindo grau maior ou menor de satisfação: “Se uma regra vale, deve se fazer exatamente aquilo que ela exige; nem mais, nem menos.”³⁷ Daí que, para o eminente jusfilósofo germânico, a distinção entre regras e princípios é uma distinção qualitativa e não uma distinção de grau.³⁸

Nessa perspectiva, a dignidade humana apresenta, portanto, dupla estrutura (princípio e regra). O princípio da dignidade humana pode ser realizado em diferentes medidas, e o seu sopesamento diante de outros princípios é que determina o conteúdo da regra da dignidade humana.³⁹ Saliente-se, pois, que, conforme já indicado nas linhas anteriores, a dignidade humana assume, para além de sua dupla estrutura (princípio e regra), também uma dimensão axiológica (valor), ínsita aos princípios, mas também presente nas regras.

Diante de tais premissas, ainda que sumariamente expostas, tem-se, pois, que a dignidade da pessoa humana, como princípio constitucional dotado de normatividade e, portanto, de caráter vinculante, irradia sua força normativa a todos os demais princípios e a todo o ordenamento jurídico, atuando como valor-fonte dos direitos fundamentais (e de toda a ordem jurídica) – não somente por sua posição topográfica na Carta Fundamental, mas em virtude do amplo reconhecimento de direitos e garantias fundamentais que se traduzem, pois, em concreção histórica do princípio fundamental da dignidade da pessoa humana e sua legitimação e concretização na práxis constitucional – que condiciona não só a atuação estatal e particular como toda a

³⁶ ALEXY, Robert. *Teoria dos direitos fundamentais*. 5. ed. Trad. de Virgílio Afonso da Silva. São Paulo: Malheiros, 2008. p. 90.

³⁷ ALEXY, Robert. *Teoria dos direitos fundamentais*. 5. ed. Trad. de Virgílio Afonso da Silva. São Paulo: Malheiros, 2008. p. 91.

³⁸ ALEXY, Robert. *Teoria dos direitos fundamentais*. 5. ed. Trad. de Virgílio Afonso da Silva. São Paulo: Malheiros, 2008. p. 91.

³⁹ ALEXY, Robert. *Teoria dos direitos fundamentais*. 5. ed. Trad. de Virgílio Afonso da Silva. São Paulo: Malheiros, 2008. p. 113-114.

interpretação da lei fundamental, conferindo, desse modo, unidade de sentido, de valor e de legitimidade ao sistema jurídico, constituindo-se, assim, no “ponto de Arquimedes do estado constitucional”.⁴⁰

O princípio da dignidade da pessoa humana nas relações de consumo

Consoante já restou evidenciado, o Constituinte de 1988, ao consagrar expressamente, no título *Dos princípios fundamentais*, a dignidade da pessoa humana como um dos fundamentos do Estado Democrático de Direito, pretendeu, pois, “definir uma nova ordem pública, da qual não se podem excluir as relações jurídicas privadas, que eleva ao ápice do ordenamento a tutela da pessoa humana, funcionalizando a atividade econômica privada aos valores existenciais e sociais ali definidos”.⁴¹

Essa funcionalização não importa, contudo, na supressão da liberdade e da autonomia privada,⁴² mas, sim, na infiltração de valores solidarísticos no Direito Privado, no reconhecimento da desigualdade de fato entre os sujeitos de direito e na preocupação com a proteção da parte mais fraca nas relações intersubjetivas.

⁴⁰ HAVERKATE apud SARLET, Ingo Wolfgang. *Dignidade da pessoa humana e direitos fundamentais na Constituição Federal de 1988*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001. p. 79.

⁴¹ TEPEDINO, Gustavo. Direitos humanos e relações jurídicas privadas. In: TEPEDINO, Gustavo. *Temas de Direito Civil*. 3. ed. atual. Rio de Janeiro: Renovar, 2004. p. 74-75.

⁴² Cumpre destacar, de imediato, que a expressão “autonomia privada” foi aqui empregada no seu duplo sentido, pois, como bem esclarece Reis, a expressão “autonomia privada” engloba: “a) autonomia privada que significa unicamente a ‘autonomia negocial’ ou autonomia privada patrimonial, que possui o seu significado tradicional, ou seja, a liberdade de negociar, de escolher o outro contratante, de escolher o objeto do contrato e, na maior parte das vezes, a forma de contratação, referindo-se unicamente à disposição patrimonial; e b) autonomia privada não patrimonial que é aquela que está ligada à proteção da dignidade da pessoa humana, onde a pessoa é livre para escolher e fiscalizar seus governantes como pressupostos da democracia, é autônoma para tomar suas próprias decisões como relação à sua vida, é livre para estabelecer suas relações intersubjetivas, é livre, enfim, para escolher como que viver”. (REIS, Jorge Renato dos. Os direitos fundamentais de tutela da pessoa humana nas relações entre particulares. In: LEAL, Rogério Gesta; REIS, Jorge Renato dos (Org.). *Direitos sociais e políticas públicas: desafios contemporâneos*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2007. p. 2044. t. 7).

É dessa preocupação e é sob esses pilares, portanto, que surge, no ordenamento pátrio, a tutela jurídica do consumidor, expressamente inserida no Texto Constitucional como direito e garantia fundamental.

A matéria atinente às relações de consumo, na Constituição Federal, encontra previsão no inciso XXXII do artigo 5º, tendo o legislador optado pela previsão de uma lei de defesa do consumidor: “O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor.” O art. 170 da Carta Magna apresentou a defesa do consumidor como um dos princípios a serem observados pela ordem econômica: “Art. 170 – A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos a existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: [...] V – defesa do consumidor.” O art. 174, em seu § 4º, referiu-se expressamente à proteção dos direitos do consumidor ao estabelecer: “A lei reprimirá o abuso do poder econômico que vise à dominação dos mercados, à eliminação da concorrência e ao aumento arbitrário dos lucros.” Por fim, o art. 48 do Ato das Disposições Transitórias estabeleceu: “O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará Código de Defesa do Consumidor.”

Desse modo, por determinação constitucional, a defesa do consumidor recebeu atenção especial através da criação do Código de Defesa do Consumidor (CDC), Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, que, diferentemente das leis ordinárias em geral, tem origem constitucional; é uma lei principiológica,⁴³ vale dizer,

⁴³ Como lei principiológica entende-se “aquela que ingressa no sistema jurídico, fazendo, digamos assim, um corte horizontal, indo, no caso do CDC, atingir toda e qualquer relação jurídica que possa ser caracterizada como de consumo e que esteja também regrada por outra norma jurídica infraconstitucional. [...] Com efeito, o que a lei consumerista faz é tornar explícitos, para as relações de consumo, os comandos constitucionais. Dentre estes destacam-se os Princípios Fundamentais da República, que norteiam todo o regime constitucional e os direitos e garantias fundamentais”. (NUNES, Luis Antonio Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 66).

estruturada em princípios e cláusulas gerais; tem um campo especial de aplicação, qual seja, o das relações de consumo; regula as relações entre desiguais – fornecedor e consumidor –; e busca a igualdade material.

Saliente-se, pois, que o CDC foi criado como subsistema autônomo e vigente dentro do sistema constitucional brasileiro, sendo que os vários princípios constitucionais que o embasam constituem elementos fundamentais ao entendimento de seus ditames. Com efeito, é possível afirmar, com Nunes, que o CDC inaugurou um novo modelo jurídico dentro do sistema constitucional pátrio:

Em primeiro lugar, a Lei 8.078/90 é Código por determinação constitucional (conforme art. 48 do ADCT/CF), o que mostra, desde logo, o primeiro elemento de ligação entre ele e a Carta Magna. Ademais, o CDC é uma lei principiológica, modelo até então inexistente no Sistema Jurídico Nacional. Como lei principiológica, entende-se aquela que ingressa no sistema jurídico, fazendo, digamos assim, um corte horizontal, indo, no caso do CDC, atingir toda e qualquer relação jurídica que possa ser caracterizada como de consumo e que esteja também regrada por outra norma jurídica infraconstitucional [...]. E mais e principalmente: o caráter principiológico específico do CDC é apenas e tão-somente um momento de concretização dos princípios e garantias constitucionais vigentes desde 5 de outubro de 1988 como cláusulas pétreas, não podendo, pois, ser alterados.⁴⁴

Nessa perspectiva, verifica-se, portanto, que o CDC é reflexo do reconhecimento da primazia dos valores existenciais da pessoa humana sobre os patrimoniais e, por conseguinte, da positivação do princípio da dignidade da pessoa humana como um dos

⁴⁴ NUNES, Luis Antonio Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 66.

fundamentos do nosso Estado Democrático de Direito que, como tal, é aceito como princípio normativo fundamental, de caráter vinculante, que irradia sua força a todos os demais princípios e a todo o ordenamento jurídico.

Tem-se, pois, que o CDC existe *por e para* a dignidade humana. A dignidade é o seu fundamento e a sua meta e, por isso, é erigida à proteção máxima através da previsão de mecanismos legais que visam à promoção da igualdade jurídica entre fornecedores e consumidores.

Logo em seu art. 1º, o CDC esclarece que as normas de proteção e defesa do consumidor são de ordem pública e interesse social. Tal dispositivo evidencia, de forma inarredável, o caminho desejado pelo legislador, qual seja, o da intervenção do Estado, através da legislação consumerista, nas relações jurídico-contratuais existentes no mercado de consumo. É a constitucionalização do Direito Privado exteriorizando-se. É a inter-relação público-privado em prol da dignidade do consumidor. Debruçando-se sobre a temática, Almeida infere que

as normas de proteção ao consumidor, tal como espelhadas no novo Código, têm forte conteúdo de direito público, pois cuidam de aparelhar e garantir a tutela de um direito fundamental previsto na Constituição Federal (art. 5º, XXXII), em contraposição ao *statu quo ante* privado e individualista que negava tal proteção ou a tornava insuficiente. Sem dúvida, são normas cogentes, de observância obrigatória e cumprimento coercitivo, notando-se clara disposição de [sic] Estado de intervir no mercado em socorro do consumidor vulnerável.⁴⁵

⁴⁵ ALMEIDA, João Batista de. *A proteção jurídica do consumidor*. 3. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 44-45.

O objetivo do CDC, claramente expresso em seu art. 4º, foi implementar uma Política Nacional das Relações de Consumo, “uma disciplina jurídica única e uniforme, por meio de normas de ordem pública e interesse social (art. 1º), vale dizer, de aplicação necessária, destinada a tutelar os interesses patrimoniais e morais de todos os consumidores”.⁴⁶ O art. 4º do CDC tem a dignidade consagrada em seu *caput*, ao prever que tal política tem por objetivo “o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo”, elegendo, ainda, a título de princípios, dentre outros:

I – reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

II – ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

III – harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170 da Constituição Federal), sempre com base na boa fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

⁴⁶ CAVALIERI FILHO, Sergio. *Programa de direito do consumidor*. São Paulo: Atlas, 2008. p. 19.

IV – educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo.

[...].⁴⁷

E, para tornar efetiva a defesa do consumidor, o CDC enumerou os instrumentos a serem utilizados na Política Nacional de Relações de Consumo. O art. 5º, I a V, enumera alguns desses instrumentos, quais sejam: manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente; instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público; criação de Delegacias de Polícia especializadas no atendimento de consumidores, vítimas de infrações penais de consumo; criação de Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo; e concessão de estímulos à criação e ao desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor.

Já os direitos básicos do consumidor foram previstos, de forma resumida, no art. 6º do CDC, quais sejam: a proteção da vida, a saúde e a segurança; a educação para o consumo; a informação; a proteção contra publicidade enganosa e abusiva e contra práticas abusivas; a proteção contratual; a prevenção e reparação de danos; a facilitação do acesso aos órgãos judiciários e administrativos; a facilitação da defesa de seus direitos; a prestação adequada e eficaz dos serviços públicos em geral.

Nesse sentido, cumpre destacar que o artigo 6º não é exaustivo, vale dizer, as fontes do direito do consumidor não se esgotam no artigo 6º, ao contrário, são múltiplas e variadas, tanto é assim que o art. 7º, *caput*, dispõe que

⁴⁷ BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF: Senado Federal, 1988. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 20 fev. 2011.

os direitos previstos neste Código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivam dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.

O sistema da responsabilidade objetiva adotado pelo CDC (com exceção da responsabilidade dos profissionais liberais, que se estabelece somente mediante verificação de culpa e, portanto, é subjetiva) também privilegia a dignidade, a vulnerabilidade e a hipossuficiência do consumidor, pois visa a combater os abusos e as deslealdades nas relações de consumo e concretizar o direito do consumidor à reparação por danos sofridos.

A proteção contratual conferida pelo CDC também privilegia a dignidade do consumidor e o intervencionismo estatal, pois objetiva a ampla proteção do consumidor, inclusive na fase pré-contratual, e a fixação de deveres para os fornecedores, buscando, com isso, a harmonia e a transparência nas relações de consumo.

Destarte, tem-se a intervenção estatal, através do dirigismo contratual, procurando compensar o desequilíbrio entre os contratantes, vale dizer, entre o fornecedor (parte privilegiada economicamente) e o consumidor (parte economicamente mais fraca), no intuito de superar a inferioridade deste último com uma superioridade jurídica.⁴⁸

Ademais, conforme já evidenciado em linhas anteriores, o CDC, como subsistema autônomo inserido no sistema constitucional brasileiro, é norma de ordem pública e interesse social, geral e principiológica e, desse modo, é prevalente sobre todas as demais normas anteriores, ainda que especiais, que com ele colidirem.⁴⁹ Tudo em mais uma clara demonstração de preponderância do princípio da dignidade da pessoa humana.

⁴⁸ ALMEIDA, João Batista de. *A proteção jurídica do consumidor*. 3. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 132-136.

⁴⁹ NUNES, Luís Antonio Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 70-71.

Incontestemente, portanto, que, por reconhecer a vulnerabilidade do consumidor nas relações de consumo, por buscar harmonizar os interesses entre os consumidores e fornecedores, por resgatar a dimensão humana do consumidor ao considerá-lo sujeito de direitos, e, principalmente, por ter na dignidade da pessoa humana o fundamento de toda a sistemática consumerista, é que o CDC afigura-se um grande avanço para o Brasil, “uma lei visionária, que mudou o mercado brasileiro, estabeleceu um novo patamar de boa-fé e qualidade nas relações privadas, especialmente na proteção dos mais vulneráveis”.⁵⁰

Considerações finais

A promoção da dignidade da pessoa humana, conforme evidenciando em linhas anteriores, é tarefa não apenas do Estado, mas da comunidade, de todos e de cada um. Desse modo, também a promoção da dignidade humana nas relações consumeristas requer não apenas a atuação estatal, mas a atuação de toda a sociedade, num verdadeiro trabalho de mobilização em prol da educação para o consumo⁵¹ e da criação de órgãos municipais de defesa do consumidor.

⁵⁰ MARQUES, Cláudia Lima. Conquistas e desafios nos 20 anos do CDC. In: SCHMITT, Cristiano Heineck; BARBOSA, Fernanda Nunes. *Cadernos de direito do consumidor*. Porto Alegre: Escola Superior de Defesa do Consumidor do Estado do Rio Grande do Sul/Procon-RS, 2010. p. 164.

⁵¹ Sobre o papel da educação para o consumo na contemporaneidade, CERQUEIRA, Katia Leão. O papel da comunicação à implementação de políticas públicas de educação para o consumo e à formação de consumidores conscientes: uma análise sob a perspectiva sistêmica luhmanniana. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DEMANDAS SOCIAIS E POLÍTICAS PÚBLICAS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA, 7., 2010, Santa Cruz do Sul. *Anais...* Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2010. CERQUEIRA, Katia Leão; PILAU SOBRINHO, Liton Lanes. O papel da cidadania participativa à implementação de políticas públicas de educação para o consumo. In: PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; SILVA, Rogério da (Org.). *Balcão do consumidor: 20 anos do CDC*. Passo Fundo: Ed. da UPE, 2011 (No prelo). CERQUEIRA, Katia Leão; REIS, Jorge Renato dos. Educar para proteger: a importância da educação para o consumo em tempos de consumismo. In: REIS, J. R. dos; CERQUEIRA, K. L.; HERMANY, Ricardo (Org.). *Educação para o consumo*. 2011 (No prelo).

A promoção da dignidade da pessoa humana nas relações de consumo implica, portanto, o engajamento entre os Poderes Públicos e particulares, através de ações que visem à conscientização dos consumidores acerca de seus direitos e deveres, fomentando, com isso, um maior poder de reflexão e de formulação de um juízo crítico acerca da oportunidade e da conveniência da contratação e, por conseguinte, uma melhor postura do consumidor no mercado de consumo.

É nesse sentido, pois, que a inter-relação público-privado, a intervenção estatal na esfera privada em prol do reequilíbrio nas relações de consumo, e o engajamento entre Estado e sociedade mediante ações que visem à educação para o consumo e à ampliação geográfica dos órgãos de defesa do consumidor,⁵² podem ser visualizados como o caminho para a promoção e efetivação da dignidade da pessoa humana, notadamente, nas relações consumeristas.

⁵² Um excelente exemplo de ação conjunta entre o Estado e a comunidade em prol dos consumidores é o projeto Políticas Públicas de Educação para o Consumo, desenvolvido pelo Programa de Pós-Graduação em Direito – Mestrado e Doutorado da Unisc, contemplado pelo Conselho Estadual de Defesa do Consumidor, com recursos oriundos do Fundo Estadual de Defesa do Consumidor. O projeto objetiva fomentar a instalação de novos Procons – através de cursos de formação e capacitação de servidores – e promover a educação para o consumo – através de seminários, revista informativa, livro e cartilha sobre relações consumeristas –, propiciando, assim, a promoção da dignidade da pessoa humana nas relações de consumo.

Referências

ALEXY, Robert. *Teoria dos direitos fundamentais*. 5. ed. Trad. de Virgílio Afonso da Silva. São Paulo: Malheiros, 2008.

ALMEIDA, João Batista de. *A proteção jurídica do consumidor*. 3. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2002.

BARROSO, Luís Roberto. Fundamentos teóricos e filosóficos do novo Direito Constitucional brasileiro. In: _____. (Org.). *A nova interpretação constitucional: ponderação, direitos fundamentais e relações privadas*. Rio de Janeiro: Renovar, 2003.

BOBBIO, Norberto. *Estado, governo e sociedade: para uma teoria geral da política*. Trad. de Marco Aurélio Nogueira. 9. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

MORAIS, José Luís B. de. *Do direito social aos interesses transindividuais: o Estado de Direito na ordem contemporânea*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1996.

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF: Senado Federal, 1988. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 20 fev. 2011.

CAVALIERI FILHO, Sergio. *Programa de direito do consumidor*. São Paulo: Atlas, 2008.

CERQUEIRA, Katia Leão. O papel da comunicação à implementação de políticas públicas de educação para o consumo e à formação de consumidores conscientes: uma análise sob a perspectiva sistêmica luhmanniana. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DEMANDAS SOCIAIS E POLÍTICAS PÚBLICAS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA, 7., 2010, Santa Cruz do Sul. *Anais...* Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2010.

CERQUEIRA, Katia Leão; PILAU SOBRINHO, Liton Lanes. O papel da cidadania participativa à implementação de políticas públicas de educação para o consumo. In: PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; SILVA, Rogério da (Org.). *Balcão do consumidor: 20 anos do CDC*. Passo Fundo: Ed. da UPF, 2011. (No prelo).

CERQUEIRA, Katia Leão; REIS, Jorge Renato dos. Educar para proteger: a importância da educação para o consumo em tempos de consumismo. In: REIS, J. R. dos; CERQUEIRA, K. L.; HERMANY, Ricardo (Org.). *Educação para o consumo*. 2011 (No prelo).

FACCHINI NETO, Eugênio. Reflexões histórico-evolutivas sobre a constitucionalização do Direito Privado. In: SARLET, Ingo Wolfgang (Org.). *Constituição, direitos fundamentais e Direito Privado*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2003.

FIUZA, César. *Direito Civil: curso completo*. 6. ed. rev. atual. e ampl. de acordo com o Código Civil de 2002. Belo Horizonte: Del Rey, 2003.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Trad. de Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

LEAL, Mônia Clarissa Hennig. *A Constituição como princípio: os limites da jurisdição constitucional brasileira*. Barueri: Manole, 2003.

LORENZETTI, Ricardo Luis. *Fundamentos do Direito Privado*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1998.

LOUREIRO, João Carlos Gonçalves. O direito à identidade genética do ser humano. In: *Portugal-Brasil ano 2000 – Boletim da Faculdade de Direito de Coimbra*, Coimbra: Editora Coimbra, p. 263-389, 2000.

MARQUES, Cláudia Lima. Conquistas e desafios nos 20 anos do CDC. In: SCHMITT, Cristiano Heineck; BARBOSA, Fernanda Nunes. *Cadernos de direito do consumidor*, Porto Alegre: Escola Superior de Defesa do Consumidor do Estado do Rio Grande do Sul/Procon-RS, 2010.

MORAES, Maria Celina Bodin de. A constitucionalização do Direito Civil e seus efeitos sobre a responsabilidade civil. In: SOUZA NETO, Cláudio Pereira de; SARMENTO, Daniel (Coord.). *A constitucionalização do direito: fundamentos teóricos e aplicações específicas*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2007.

NUNES, Luis Antonio Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

PERLINGIERI, Pietro. *Perfis do Direito Civil: introdução ao Direito Civil constitucional*. Tradução de Maria Cristina de Cicco. Rio de Janeiro: Renovar, 1999.

REIS, Jorge Renato dos. A constitucionalização do Direito Privado e o novo Código Civil. In: LEAL, Rogério Gesta (Org.). *Direitos sociais e políticas públicas: desafios contemporâneos*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2003, t. 3.

REIS, Jorge Renato dos. Os direitos fundamentais de tutela da pessoa humana nas relações entre particulares. In: LEAL, Rogério Gesta; REIS, Jorge Renato dos (Org.). *Direitos sociais e políticas públicas: desafios contemporâneos*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2007, t. 7.

SARLET, Ingo Wolfgang. Mínimo existencial e direito privado: apontamentos sobre algumas dimensões da possível eficácia dos direitos fundamentais sociais no âmbito das relações jurídico-privadas. In: SOUZA NETO, Cláudio Pereira de; SARMENTO, Daniel (Coord.). *A constitucionalização do direito: fundamentos teóricos e aplicações específicas*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2007.

SARLET, Ingo Wolfgang. *Dignidade da pessoa humana e direitos fundamentais na Constituição Federal de 1988*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001.

SARMENTO, Daniel. *Direitos fundamentais e relações privadas*. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2006.

TEPEDINO, Gustavo. *Temas de Direito Civil Constitucional*. Rio de Janeiro: Renovar, 2000.

TEPEDINO, Gustavo. Direitos humanos e relações jurídicas privadas. In: TEPEDINO, Gustavo. *Temas de Direito Civil*. 3. ed. atual. Rio de Janeiro: Renovar, 2004.

A desterritorialização das relações consumeristas e o conflito de jurisdições

Leonel Severo Rocha*

Ana Paula Atz**

Introdução

Pensar o Direito na pós-modernidade tem imposto aos atores jurídicos uma racionalidade e uma observação diferenciadas para o enfrentamento de novos direitos, notadamente dos novos desafios impostos ao direito do consumidor. A busca de sentido e a indeterminação do Direito têm sido trabalhadas por diferentes teorias do Direito contemporâneo, sob diferentes pressupostos epistemológicos. Diante de uma sociedade globalizada, a teoria dos sistemas sociais aparece como uma das possibilidades de construção de comunicação diante de uma situação de alta complexidade.

A semântica da sociedade pós-moderna está baseada na prática do consumo. Bauman¹ sinaliza a prudência de um consumismo exacerbado destacando o papel determinante da Internet e das redes sociais.

Nesse ínterim, pensar na proteção do consumidor no âmbito do ciberespaço passou a ser uma tarefa constante dos juristas, em função das novas características que o comércio eletrônico

* Doutor em Direito pela EHESS – Paris/França. Pós-Doutor em Direito pela Università degli Studi di Lecce/Itália. Professor no Programa de Pós-Graduação – Mestrado em Direito da Universidade de Caxias do Sul (UCS).

** Mestre em Direito Público pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos/RS). Professora na Feevale.

¹ BAUMAN, Zigmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Trad. de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008, especialmente, as p. 1-30.

engendra, no domínio dos contratos e da publicidade, modificando estruturas e funções clássicas do Direito. Indo além das fronteiras nacionais, estuda-se o Mercado Comum do Sul (Mercosul) instituto erguido como forma de organização, a fim de superar determinadas dificuldades comunicacionais econômicas – no sentido de fomentar uma comunicação econômica exitosa, observando se, para além dos interesses econômicos, existe, efetivamente, uma proteção dos consumidores no âmbito do bloco.

Na primeira parte do texto, apresentar-se-á aspectos jurídico-sistêmicos do comércio eletrônico, relacionando a complexidade da sociedade com a proteção do consumidor, destacando aspectos da publicidade virtual e da contratação eletrônica. Posteriormente, analisa-se a proteção do consumidor em face do Mercosul, destacando o processo de desterritorialização e conflito de jurisdições que o comércio eletrônico impõe. Por fim, far-se-á algumas reflexões acerca da busca de uma efetiva proteção no âmbito do Mercosul, verificando modelos que não deram certo e alguns caminhos que podem ser trilhados.

Aspectos jurídico-sistêmicos do comércio eletrônico

De acordo com Baudrillard,² no consumo estariam baseadas as novas relações estabelecidas entre os objetos e os sujeitos. Segundo ele, nesse campo, a importância dos objetos cada vez mais é valorizada pelas pessoas. Embora sua descrição da realidade esteja correta, o autor legitimou esse processo, considerando-o como inevitável. Não percebeu que isso se relaciona com o modo pelo qual a ideologia do consumo foi construída, sendo essa responsável pela criação de tais representações mentais no *plano coletivo*. Assim, o simples desejo de consumir, o sonho de possuir determinado objeto, produz intensas sensações que povoam o *simbólico contemporâneo*.

² BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 1991, p. 200-209.

Conforme alguns autores – como Frederic Jameson, Zygmund Bauman, Jean Baudrillard e outros – a cultura do consumo ou dos consumidores é a cultura da sociedade pós-moderna. As questões discutidas sob esse prisma incluem a relação íntima entre consumo, estilo de vida, reprodução social e identidade, a comoditização da realidade, o signo como mercadoria e aspectos negativos atribuídos ao consumo, tais como: perda de autenticidade das relações sociais, materialismo e superficialidade, entre outros.³ Independentemente da carência material de determinados grupos sociais e sociedades, o fato é que consumir e utilizar elementos da cultura material como construção e afirmação de identidades, diferenciação e exclusão social, são universais.⁴

Essa perspectiva, contudo, foi potencializada pelo advento do comércio eletrônico, em que esse foi considerado um avanço em termos de abertura do mercado, uma vez que rompeu com limitações de espaço e tempo. O comércio eletrônico constituiu-se como uma modalidade de compra a distância, celebrado por meio eletrônico, assim “não deixa de ser curioso observar que esses negócios na Internet são e estarão sendo celebrados em virtude de um tradicional instrumento jurídico denominado de contrato”.⁵

Sociedade complexa, ciberespaço e proteção do consumidor

O fenômeno do consumo trouxe para os consumidores uma gama de possíveis bens e serviços a serem contratados, e isso se deve, principalmente, à publicidade e aos novos meios de comunicação, que colocam no mercado uma infinidade de

³ BARBOSA, Lúvia. *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2004, p. 10-11.

⁴ *Ibidem*, p. 12-13.

⁵ LUCCA, Newton de et al. *Direito e internet: aspectos jurídicos relevantes*. Bauru: Edipro, 2001.

possíveis escolhas.⁶ Ou seja, o consumismo é fomentado pela publicidade, que, por meio da mídia, determina o comportamento dos indivíduos diante do consumo, ou seja, a publicidade é destinada a influenciar os consumidores nas tomadas de decisão, no sentido de adquirir determinado produto ou serviço. Para Merton, “o propósito evidente da compra de bens de consumo é, naturalmente, a satisfação das necessidades às quais estão explicitamente destinados esses bens”.⁷ Contudo, criam-se diariamente necessidades artificiais de bens, sendo essas facilmente veiculáveis pelos meios de comunicação. Tanto é assim que o Código de Defesa do Consumidor (CDC) estabeleceu limites jurídicos em torno da publicidade e a equiparou aos efeitos de oferta vinculante.⁸

Em uma sociedade que tem no conceito de comunicação o ponto de partida de uma reflexão social, sendo a única operação capaz de basear o social de maneira autônoma, têm nos meios de comunicação de massa um sistema superior aos demais, porque esse faz a passagem da comunicação entre os sistemas.⁹ Daí que as relações de consumo e as ofertas publicitárias tornam-se mais agressivas, de um alcance ilimitado e cria desafios para a

⁶ O fato é que o apelo ao consumo, assegurado principalmente pela publicidade, constitui uma prática comercial prevista no Código de Defesa do Consumidor. Os bens passaram a ser destinados a consumidores indeterminados, a toda uma coletividade simultaneamente, que se tornou possível graças aos meios de comunicação. Por conseguinte, a publicidade se destina à massa de consumidores e, sendo as ofertas veiculadas simultaneamente para milhões de pessoas, passou a ter nova função, qual seja, a de persuadir os consumidores quanto à necessidade de aquisição desses bens ou serviços. (MARQUES, Cláudia Lima. Vinculação própria através da publicidade? A nova visão do CDC. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 10, p. 7 ss, 1994.

⁷ MERTON, Robert K. *Sociologia: teoria e estrutura*. São Paulo: Mestre Jou, 1968. p. 136.

⁸ O CDC menciona a publicidade como atividade juridicamente relevante em três momentos: 1) quando suficientemente precisa, integra a oferta contratual (art. 30), o futuro contrato (arts. 18 e 20), vincula como proposta (arts. 30 e 35); 2) quando abusiva ou enganosa, é proibida e sancionada (art. 37); 3) nos demais casos, como prática comercial, deve ser correta nas informações que presta (art. 36, parágrafo único, e art. 38), identificável como publicidade (art. 36, *caput*) e, sobretudo, leal (art. 6º, IV).

⁹ Segundo Luhmann, “a abordagem leva a considerar a comunicação como única operação genuinamente social, já que é a única que pressupõe que estejam presentes

dogmática jurídica como forma de enfrentamento desses novos direitos.

O Direito, nesse sentido, precisa criar expectativas normativas para assegurar determinados direitos e evitar frustrações, mormente no direito consumerista, tendo em vista se tratar de direito coletivo, de ordem pública, sendo enquadrado como um dos novos direitos dentro da geração de direitos transindividuais, onde também figura o Direito Ambiental.¹⁰

Lévy previu, nas primeiras décadas deste século, que a maioria dos seres humanos teria acesso ao ciberespaço e se serviria dele quase diariamente, isto é, uma grande parte do social servir-se-ia desse meio de comunicação. Para o autor, o ciberespaço constitui-se em um espaço virtual de comunicação possibilitada pela Internet.¹¹

Nesse sentido, a internet permite aos consumidores uma gama de ofertas de produtos e serviços e mesmo a oportunidade de efetivação do contrato. Assim, noções contratuais modificam-se no comércio eletrônico, configuram-se como descentralizadas, desterritorializadas, desmaterializadas e atemporais, constituindo uma mudança em comparação com as relações consumeristas tradicionais.

Isso ocorre precisamente porque os negócios jurídicos firmados pelo modo tradicional possuem, em regra, um contato físico e pessoal entre consumidor e fornecedor, fato que não corresponde à realidade virtual: aqui basta um *click*, e o consumidor já se encontra no *online shop* do fornecedor. Inegável, portanto, é a importância do contrato e do consumo em todas as esferas e um necessário estudo da regulação das relações consumeristas no âmbito do ciberespaço, em face da vulnerabilidade do consumidor e do sentimento de insegurança

pelo menos dois sistemas de consciência; trazendo implicitamente a tese de que, nessa operação elementar da comunicação, já está inserida, como parte constitutiva, a sociabilidade". (LUHMANN, Niklas. *Introdução à Teoria dos Sistemas*. Trad. sw Ana Cristina Nasser. Rio de Janeiro: Vozes, 2009. p. 292).

¹⁰ BOBBIO, Norberto. *A era dos direitos*. Trad. de Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

¹¹ LÉVY, Pierre. *O que é o virtual?* Trad. de Paulo Neves. São Paulo: Ed. 34, 1997.

engendrados pela sofisticação e amplitude dos litígios formados em vista do progresso econômico.

Assim, quando os mecanismos de interação pessoal ou institucional, para assegurar a confiança básica na atuação, não são mais suficientes, pode aparecer uma crise de desconfiança e, também, a efetividade do próprio Direito.¹² No direito do consumidor, a confiança é um dos elementos centrais nas relações, pois é ela que nos faz sair da passividade; logo, as condutas na sociedade e no mercado de consumo devem fazer nascer expectativas legítimas naqueles em que se desperta confiança, ou seja, nos consumidores.¹³

A lei, nesse sentido, passará a proteger determinados interesses sociais, valorizando a confiança depositada no vínculo, as expectativas e a boa-fé por parte dos contratantes. A confiança é um princípio-diretriz das relações contratuais, pois visa à não frustração das expectativas despertadas no outro. Assim

el principio de confianza se basa en un deber ético de no defraudar las expectativas suscitadas en otros. [...] Las expectativas deben ser legítimas y fundadas, lo que excluye tanto la confianza ingenua como la temeraria. [...] El principio de confianza – al igual que el de buena fé – cubre toda la posibilidad contractual y, por tanto, no sólo el tronco mismo del contrato, sino también el período anterior y el posterior.¹⁴

Desse modo, o contrato de consumo serve como instrumento social de alocação de riscos, visando a alcançar uma maior segurança entre os envolvidos e viabilizar a realização dos objetivos

¹² LUHMANN, Niklas. *El derecho de la sociedad*. Trad. de Javier Torres Nafarrate. México: Universidad Iberoamericana, 2002. p. 132.

¹³ LUHMANN, Niklas. *Confianza*. Trad. de Amanda Flores e Darío Rodríguez Mansilla. Barcelona: Universidad Iberoamericana, 1996. p. 1-2.

¹⁴ REZZÓNICO, Juan Carlos. *Principios fundamentales de los contratos*. Buenos Aires: Astrea, 1999. p. 377.

pelas partes mais fortes (os fornecedores) e hipossuficientes (consumidores), precisamente porque aquele é detentor das informações necessárias para que este possa decidir livremente. A informação, por isso, passou a ter uma importância fundamental na pós-modernidade como paradigma atual do Direito “visando a proteger equitativamente o mais fraco, deve ser aquele que valoriza a informação declarada, que valoriza o déficit informativo dos leigos, consumidores, sem se importar com sua nacionalidade ou território, que valoriza toda coletividade que recebe a informação”.¹⁵

A confiança, nesse cenário dos recentes desafios da sociedade complexa, surge nos novos moldes de contrato do comércio eletrônico não como um princípio de proteção ao lado da boa-fé, mas como base do próprio contrato. Conecta-se com a ideia da teoria da aparência, na qual essa “confunde-se com a realidade, uma realidade que ninguém conhece, e uma aparência que ninguém pode descobrir ser falsa, a aparência pode criar um direito”.¹⁶

Nesse diapasão, a aparência de um ato ou relação substituiu o próprio contato ou por vezes é sua verdadeira base, mormente porque, como bem afirma Danis-Fatôme,¹⁷ recomenda que a aparência seja reconhecida em norma positiva como criadora de direitos no caso de fazer nascer expectativas legítimas, advogando também pela ineficácia de cláusulas escondidas, ou seja, uma juridicização maior da aparência no que toca aos contratos celebrados principalmente pela Internet. Isso se dá, principalmente, porque o aspecto visual e aparente, o conteúdo daquilo que é informado e declarado e o presente na publicidade revestem-se de base para o vínculo contratual, uma vez que a publicidade, equiparada aos efeitos da oferta, é o principal mecanismo que leva à contratação.

¹⁵ MARQUES, Cláudia Lima. Proteção do consumidor no comércio eletrônico e a chamada Nova Crise do Contrato: por um direito do consumidor aprofundado. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 15, p. 29, 2006.

¹⁶ MARQUES, Proteção do consumidor no comércio eletrônico, p. 32.

¹⁷ DANIS-FATÔME, Anne. *Apparence et contrat*. Paris: LGDJ, 2004. p. 21, 34.

O CDC brasileiro (Lei 8.078/90) reflete esses postulados na nova teoria contratual, precisamente porque impõe a transparência (art. 4º., III) e a ativa proteção do consumidor com base na boa-fé dos contratantes (art. 51, IV e parágrafo 1º.) e também na interpretação dos contratos de acordo com a confiança despertada (arts. 30, 34, 35, 47 e 48 do CDC).

De outro norte, o Código Civil (Lei 10.406/02) erige a boa-fé como cânone hermenêutico-interpretativo (arts. 421, 422 e 113), levando em conta a função social do contrato (art. 421), todos limitadores da autonomia privada que sempre deu azo a inúmeras discrepâncias nas relações contratuais.¹⁸

No ponto a seguir, se observará como a publicidade opera nesse tipo de comércio, bem como alguns aspectos jurídico-normativos acerca da contratação virtual.

Aspectos da publicidade virtual e da contratação eletrônica

O processo de virtualização se constitui num fenômeno que atingiu diversos pontos da atividade comercial. Tal visão é decorrente da realidade com a qual se depara diariamente, possibilitada e potencializada, em especial, pela forte publicidade existente no ciberespaço. No que tange à publicidade, no comércio eletrônico, essa se *virtualizou*, passando a ter um efeito mais agressivo.

Poderíamos destacar, resumidamente, quatro formas pelas quais a publicidade se apresenta ao consumidor no comércio eletrônico. A primeira delas seria o envio de mensagem eletrônica

¹⁸ Veja-se nesse sentido: MARQUES, C. L. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 5. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, especialmente a p. 168. Para um estudo aprofundado do princípio da boa-fé, principalmente como limitadora de exercícios de direitos subjetivos e como responsabilidade pré-negocial, fazendo reflexões no que toca ao preço da confiança iludida: MARTINS-COSTA, Judith. *A boa-fé no Direito Privado*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2000.

não solicitada, os denominados *spams*, por meio da Internet. Na conceituação de Finkelstein,

spam é uma modalidade de abuso no uso do correio eletrônico geralmente associada a informes publicitários que não se identificam como tal. É o envio não autorizado de mensagens eletrônicas.¹⁹

Esse tipo de publicidade, muito usada pelos fornecedores por ter um custo muito baixo, perturba bastante os consumidores, que ficam com suas caixas de mensagens cheias, gastando horas de conexão para baixarem informações que não lhes interessam ou mesmo podem ser meios de transmitir os indesejados vírus de computador.²⁰

Tem-se que tal prática, afóra os danos decorrentes do seu envio, é considerada por muitos uma invasão de privacidade.²¹ Quando da configuração do *spam*, essa prática é considerada abusiva (art. 39, inciso III, do CDC). A publicidade enganosa no comércio eletrônico se dá pela associação de palavras (*metatags*). Essa técnica ocorre quando o desenhista do *site* inclui nele palavras muito usadas pelos internautas, de modo que os *sites* de busca relacionam aquele *site*, apesar de não ter relação direta com o que de fato o internauta procurava. Segundo Lorenzetti,²² “esta técnica, denominada *metatag*, constitui uma publicidade enganosa frente ao consumidor”.

O problema é que o *metatag* é invisível aos olhos do consumidor. Os *sites* de busca mostrarão para o consumidor determinado endereço de forma que ele poderá ser manipulado ou induzido a um endereço indesejado. Outra prática publicitária considerada como ilícita é a clonagem de páginas na *web* para

¹⁹ FINKELSTEIN, Maria E. *Aspectos jurídicos do comércio eletrônico*. Porto Alegre: Síntese, 2004. p. 148.

²⁰ LORENZETTI, Ricardo Luis. *Comércio eletrônico*. Trad. de Fabiano Menke. Notas de Cláudia Lima Marques. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004. p. 240.

²¹ *Ibidem*, p. 241.

²² *Ibidem*, p. 243.

atrair o internauta erroneamente, em face da semelhança, ou fazer uso de uma marca que se assemelhe a outra bastante difundida. Para o consumidor, é um problema de confusão e de erro e, para o fornecedor prejudicado, é um problema de concorrência desleal. É coibida também essa prática pelo Código Nacional de Propriedade Intelectual.²³

Segundo Marques:²⁴

no meio virtual, a própria publicidade de imagem do fornecedor pode ser um “caminho” direto para a publicidade de oferta, a desafiar o princípio da identificação da mensagem publicitária.

Há, também, a utilização de programas que registram os passos do internauta sem que ele saiba, e são os chamados *cookies*. O *site* voltado ao comércio eletrônico cria bancos de dados sobre os costumes e as preferências do internauta, que passam a ter um valor importante para a publicidade, “clonagem de páginas”, ou fazer uso de uma marca que se assemelhe a outra difundida.

Os *cookies* são fichários que os consumidores não sabem que estão preenchidos e que acabam sendo trocados entre os *sites*. Nesse caso, o dever do fornecedor é abster-se de incluir o nome do consumidor, sem comunicação prévia, em quaisquer bancos de dados (principalmente através dos *cookies*), em clara afronta ao art. 43, parágrafo 2º do CDC. As páginas deveriam informar aos visitantes que tipos de dados estão sendo coletados e registrados, inclusive o nome do provedor, a hora de acesso, a utilização de *cookies*, dentre outros dados relevantes.

Não há, no Brasil, como em outros países, uma regulação específica sobre a publicidade no comércio eletrônico. A jurisprudência brasileira considera que a publicidade na Internet

²³ MARQUES, Cláudia Lima. *Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor: um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004. p. 179.

²⁴ *Ibidem*, p. 180.

deve seguir os mesmos parâmetros de boa-fé do CDC e ter os mesmos efeitos em relação à confiança despertada nos consumidores que a publicidade por outros meios de comunicação de massas. Aquele que utiliza o meio eletrônico para fazer sua publicidade e suas ofertas, responsabiliza os fornecedores de toda aquela cadeia de fornecimento. Tendo em vista o art. 30 do CDC, afirma-se que a publicidade cria confiança, vincula e obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar.²⁵

Vale lembrar que a publicidade, sendo comparada aos efeitos da oferta, vincula o fornecedor quanto às informações veiculadas por ela, para se chegar ao momento da contratação eletrônica. Devido ao surgimento do ciberespaço, as atuais relações obrigacionais surgem, por meio do contrato, revestidas de configurações de notável complexidade em função das novas configurações dessa nova modalidade de contrato e também pelos fluxos de informações que possuem um alcance em larga escala, tornando-se um desafio para o Direito, principalmente em função do confronto de jurisdições.²⁶

De acordo com Rocha, numa perspectiva sistêmica, “o contrato passa então a ser visto como um acoplamento entre estruturas do Direto e da Economia, um evento capaz de irritar e desencadear alterações determinadas pelas estruturas independentes de ambos”.²⁷ Nota-se, contudo, uma defasagem temporal do contrato celebrado em meio eletrônico e o tempo em que as mudanças ocorrem na dogmática jurídica. O Direito, nesse sentido, deve acompanhar as evoluções sociais para evitar uma crise de desconfiança dos mecanismos institucionais.

²⁵ *Ibidem*, p. 168.

²⁶ DELMAS-MARTY, Delmas. *Três desafios para um direito mundial*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003. p. 143-149.

²⁷ ROCHA, Leonel Severo; DUTRA, Jéferson Luis Dellavalle. Notas introdutórias à concepção sistêmica de Contrato. In: *Constituição, sistemas sociais e hermenêutica*. ROCHA, Leonel Severo et al. (Org.). Porto Alegre: Livraria do Advogado, São Leopoldo: Unisinos, 2005. p. 296.

A confiança erige-se como uma forma simbólica de constituir relações em comum, no sentido de contribuir para uma comunicação exitosa apesar de comunicação mesma ser invariavelmente improvável.²⁸ O Direito procura produzir segurança com base na repetição, enquanto as relações no seu ambiente são contingentes e variadas. O contrato, portanto, é uma forma duradoura de comunicação e produção de efeitos entre as partes.

Juntamente com Luhmann, podemos pensar na confiança no sentido mais amplo da palavra, ou seja, confiar na própria expectativa, nos elementos e na normalidade dos fatos sociais a qual é, em verdade, um fator redutor da complexidade.²⁹ O consumidor, quando se decide por determinado serviço, produto ou oferta, é porque foi despertada sua confiança. Se se confia no parceiro contratual, atua-se de forma mais simples e direta.

Diante disso, os sujeitos (fornecedor e consumidor) revestem-se de maneira diversificada. O sujeito fornecedor passa a ser um ofertante globalizado, sem sede, presente permanentemente e dotado de uma comunicação global (sem limites, falada em todas as línguas e utilizando uma linguagem eminentemente visual) contando com uma cadeia de vários intermediários (portal, *website*, *link*, *provider*, empresas de cartão de crédito, etc.) para fins de *marketing*, negociação e contratação.

O sujeito consumidor possui agora um código de identificação visualizado por uma senha (PIN), ou uma assinatura eletrônica, bem como pelo número de seu cartão de crédito, se configurando como destinatário final contratante (art. 2º. do CDC) ou a coletividade afetada e exposta a um *spam* ou *marketing* agressivo (art. 29 do CDC) ou mesmo todas as vítimas de um fato do serviço do provedor de conteúdo que enviou vírus, ou as vítimas que tiveram o número da conta corrente ou do cartão de crédito descoberto por um *hacker* (art. 17 do CDC).³⁰

²⁸ LUHMANN, Niklas. *Sistemas sociais: lineamientos para una teoría general*. Trad. de Silvia Pappe y Brunhilde Erker. Barcelona: Anthropos, 1998. p. 160.

²⁹ LUHMANN, *Confianza*, p. 25-29.

³⁰ MARQUES, Proteção do consumidor no comércio eletrônico, p. 36.

É pelo princípio da confiança que o CDC confere uma maior proteção aos consumidores, uma vez que qualquer falha na identificação do usuário ou uma operação que não tenha sido realizada por esse, mas por um fraudador “levará à responsabilização do fornecedor pelos possíveis danos sofridos pelos consumidores, cuja confiança há de ser tutelada”.³¹ Visa a alocar para o fornecedor os riscos de identificação e imputação errônea de uma vontade negocial, assim ocorre também nos casos de responsabilização das instituições financeiras por débitos irregulares realizados por *crackers*, bem como o princípio da inversão do ônus da prova, incumbindo ao réu a comprovação da regularidade dos débitos efetuados por transações via Internet.³² Tal entendimento constitui um risco inerente à atividade empresarial, como acontece nos contratos de *home banking*:

O legislador, na distribuição dos riscos advindos de uma prática negocial bancária na rede mundial de computadores, deslocou para o banco o risco de um eventual dano sofrido ao consumidor (trata-se de um incentivo ao seguro inerente à *risk society* de Giddens) – como, por exemplo, as transações bancárias realizadas por ciberpiratas, que obtêm a senha de um cliente do banco e realizam diversos saques e transferências *on line*. [...] E, por outro lado, porque o *marketing* realizado pelas instituições financeiras pretende convencer os clientes da perfeita segurança dos *sites* de maneira a criar uma expectativa de ausência de riscos.³³

³¹ MARTINS, Guilherme Magalhães. Confiança e aparência nos contratos eletrônicos de consumo via internet. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 64, p. 57, 2007.

³² Para tanto, TJRS, 12ª. Câm. Cível, Ap. Cível 70009506122, rel. Des. Orlando Heemann Júnior, julgado em 18.11.2004.

³³ TIMM, Luciano Bennetti. A prestação de serviços bancários via internet (*home banking*) e a proteção do consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 38, 2001.

Nessa mesma linha, igualmente pelo princípio da confiança, os riscos da celebração de contratos eletrônicos com partes incapazes correm por conta do fornecedor, mesmo que se tomem medidas de advertência nos *sites*. Assim,

a adoção de medidas como incluir em sua *homepage* formulários interrogando sobre a idade da outra parte ou avisando sobre a impossibilidade de contratação com menores não afastam a sua responsabilidade, mas contribuem para a redução de tais riscos.³⁴

Os negócios jurídicos do comércio eletrônico passam igualmente pelos planos da existência, da validade e da eficácia do contrato celebrado pelas vias tradicionais, e o meio de contratação é que se constitui de maneira diversa – eletronicamente, impondo uma desmaterialização do parceiro contratual. Diante dessa constatação e da incursão dos fornecedores inseridos nessa nova configuração, própria da sociedade de consumo, os riscos e o ônus da prova serão suportados pelo profissional. Daí a imposição de um dever de informar por parte dos fornecedores com informações claras, precisas e prévias à conclusão do contrato (cf. arts. 30, 31, 46, 54 do CDC), porquanto essa é que levará o consumidor a se decidir pelo ato da compra ou não.

Existe uma diferença, na doutrina, entre contratos informáticos e telemáticos. O contrato eletrônico seria o equivalente a *contratos telemáticos*, ou seja, aqueles “contratos que têm o computador e uma rede de comunicação como suportes básicos para sua celebração”³⁵ e se constituem, basicamente, de uma obrigação de dar, especialmente livros e CDs. Nota-se também que, quando o objeto é corpóreo, os consumidores e

³⁴ MARTINS, op. cit., p. 57-58.

³⁵ DE LUCCA, Newton. *Aspectos jurídicos da contratação informática e telemática*. São Paulo: Saraiva, 2003. p. 93.

comerciantes adquirem normalmente produtos já conhecidos e de marcas famosas *confiáveis*.

No contrato eletrônico *stricto sensu*, a obrigação é de dar tais como a venda, o leilão, e “até mesmo os contratos presenciais podem utilizar o comércio eletrônico para parte da execução de suas prestações, como o *home-banking*”.³⁶ Já os contratos informáticos são aqueles em que as prestações são imateriais, como o fornecimento de *software*, jogos, filmes e músicas.

A desmaterialização dos vícios também acompanha a dos contratos. Assim, o vício no âmbito da contratação eletrônica liga-se a ideia de falha na forma da prestação esperada como um todo, mas especificamente com o anunciado, prometido e informado. De acordo com isso, existem dois tipos de vícios da informação: “o vício da informação *stricto sensu* referente à disparidade entre a informação pré-contratual da oferta ou publicidade e o produto ou serviço efetivamente prestado”.³⁷ Já o outro vício do produto ou serviço, refere-se “a um vício de qualidade ou de quantidade do produto ou serviço, que quebra a confiança do consumidor”.³⁸

Se, no âmbito do território brasileiro, o CDC possui mecanismos para a proteção do consumidor no comércio eletrônico – embora uma lei específica sobre tal temática seria o ideal – pensa-se, então, em como essa proteção se daria no âmbito do Mercosul que tem como escopo, além de uma política comercial comum, a harmonização de legislações nas áreas pertinentes.

A proteção do consumidor no Mercosul

O Mercado Comum do Sul (Mercosul) foi criado mediante o Tratado de Assunção³⁹ e assinado por seus quatro países-membros: Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai. O Tratado de Assunção teve como finalidade a integração econômica dos

³⁶ MARQUES, Proteção do consumidor no comércio eletrônico, p. 49.

³⁷ *Ibidem*, p. 51.

³⁸ *Idem*.

³⁹ Tratado disponível em: <www.mercosul.gov.br>. Acesso em: 15 maio 2010.

signatários, precisamente, um mercado comum. Tem como finalidade a integração regional dos Estados-partes, além de um regime de livre circulação de bens, serviços e fatores produtivos. Foi adotada também uma política comercial comum e a harmonização de legislações no que toca aos interesses recíprocos. Assim, “Trata-se de um acordo-quadro, na medida em que não se esgota em si mesmo, mas é continuamente complementado por instrumentos adicionais, negociados pelos quatro Estados-partes, em função do avanço da integração”.⁴⁰ Mas foi com o Protocolo de Ouro Preto, em 1994, que foi instituída a estrutura institucional do Mercosul e também conferida ao bloco personalidade jurídica internacional.

Sua estrutura jurídico-institucional ficou composta pelos seguintes órgãos deliberativos com poder de decisão:⁴¹ a) Conselho Mercado Comum – tem capacidade decisória e é o órgão superior do Mercosul, conduz a política geral do processo de integração; b) Grupo Mercado Comum – é o órgão executivo do Mercosul e também tem capacidade decisória; c) Comissão de Comércio do Mercosul – igualmente possui poder de decisão, reveste-se de órgão de caráter intergovernamental encarregado de assistir ao órgão executivo do Mercosul (GMC), de velar pela aplicação dos instrumentos de política comercial comum acordado pelos Estados-membros para o funcionamento da união aduaneira e de velar pelo comércio intra-Mercosul e com terceiros países.

Pode-se dizer que o objetivo de uma união aduaneira rumo a um mercado comum enfrenta alguns impasses e também dificuldades “uma vez que, apesar de ter criado a Tarifa Externa Comum, está em rigor o regime de exceções, entre elas a exceção de origem, e possui uma estrutura institucional típica de uma zona de livre comércio”.⁴² O Mercosul carece de políticas de

⁴⁰ DREYZIN DE KLOR, Adriana. *El Mercosur: generador de una nueva fuente de Derecho Internacional Privado*. Buenos Aires: Zavalia, 1997. p. 49 ss.

⁴¹ VENTURA, Deisy. *Las asimetrías entre el Mercosur y la Unión Europea*. Montevideo: Fundação Konrad-Adenauer, 2005. p. 118-120.

⁴² KLEE, Antonia Espíndola Longoni. A proteção do “consumidor eletrônico” no Mercosul. *Revista Trimestral de Direito Civil*, Rio de Janeiro: Padma, v. 33, p. 40, 2008.

implementação, de efetividade, precisamente, no plano jurídico, notadamente porque

el Mercosur se caracteriza por una asimetría interna entre su propósito constitutivo ambicioso y la fragilidad de los medios puestos a su disposición por los Estados parte. En otros términos, el bloque adopta una estructura que es típica de las organizaciones internacionales de carácter regional, paradójicamente movida por una dinámica institucional que se asemeja al funcionamiento de un simples entendimiento intergubernamental.⁴³

Uma dessas fragilidades consta-se no que toca ao direito dos consumidores. Inexiste, no Tratado de Assunção, bem como nos de Brasília, Ouro Preto e de Olivos “qualquer disposição prevendo especificamente mecanismos comuns de desenvolvimento das estruturas de proteção ao consumidor no Mercosul”.⁴⁴ Desse modo, o consumidor é considerado pela doutrina o grande esquecido no Tratado de Assunção de 1991.

De forma genérica, trata o art. 1º. do Tratado de Assunção da coordenação de políticas macroeconômicas entre os Estados-partes em diversos setores, entre os quais depreendem-se as relações de consumo. O art. 5º., ainda, estabelece que a coordenação de políticas macroeconômicas constitui um dos principais instrumentos para o estabelecimento do mercado comum. Um dos movimentos em direção a isso foi o Protocolo de Santa Maria, assinado em 1996, que adotou regras comuns sobre jurisdição internacional em matéria de relações de consumo derivadas de contratos entre fornecedores de bens ou prestadores de serviços e consumidores, ou usuários; contudo, esse protocolo não entrou em vigor.⁴⁵

Em 1997 ocorreu outro movimento em direção à defesa dos consumidores. Sob a coordenação dos trabalhos do Comitê

⁴³ VENTURA, op. cit., p. 55.

⁴⁴ GRASSI NETO, Roberto. Política de proteção do consumidor no Mercosul. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 66, p. 167, 2008.

⁴⁵ *Ibidem*, p. 167.

Técnico n. 7 da Comissão de Comércio do Mercosul e o Grupo Mercado Comum elaboraram um conjunto de leis unificadas e uniformes para os quatro países, denominado “Regulamento Comum de Defesa do Consumidor” tendo sido “planejado e aprovado como documento de pautas básicas, ou mínimas, para a proteção do consumidor nos quatro países”.⁴⁶ Esse objetivo de harmonizar, na prática, constitui-se em uma tentativa de unificar,⁴⁷ o que, na realidade, revogaria as leis de proteção e defesa do consumidor no Brasil e na Argentina, tidos como os países do bloco onde se encontram as leis mais protetivas.

A crítica que se faz a esse projeto⁴⁸ é na tentativa de unificar as legislações e não em harmonizá-las, desconsiderando que a União Europeia, por exemplo, não optou por unificar as normas substantivas de proteção do consumidor. Existem outras diferenças básicas entre União Europeia e Mercosul, em função da falta de supranacionalidade adotada pelo bloco, uma vez que sua natureza é tipicamente intergovernamental pois “sus órganos principales y decisorios son intergubernamentales, es decir conformados por representantes de los estados, que adoptan sus decisiones por consenso”.⁴⁹

Se, por um lado, no Brasil e na Argentina, tem-se que tal protocolo baixaria sensivelmente o nível de proteção dos consumidores brasileiros, em comparação com o CDC, de outro, no tocante às legislações do Paraguai e do Uruguai, tal medida configurar-se-ia como um avanço em suas legislações.⁵⁰

⁴⁶ KLEE, op. cit., p. 43-44.

⁴⁷ MARQUES, Cláudia Lima. MERCOSUL como legislador em matéria de direito do consumidor: crítica ao projeto de protocolo de defesa do consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 26, p. 53, 1998.

⁴⁸ O trabalho do Comitê técnico 7 (CT-7) culminou em 1996 na edição de uma série de resoluções do Grupo Mercado Comum (GMC) abordando conceitos, direitos básicos, proteção da saúde e segurança do consumidor, publicidade e, por fim, garantia contratual.

⁴⁹ PALLARÉS, Beatriz. Reflexiones acerca de la incorporación de la normativa del Mercosur a los sistemas nacionales. In: DREYZIN DE KLOR, Adriana (Coord.). *Temas de Derecho de la Integración, Derecho Internacional Privado*. Córdoba: Advocatus, 1998. p. 183-184.

⁵⁰ MARQUES, MERCOSUL como legislador em matéria de direito do consumidor, p. 81.

Desse modo, uma vez que o projeto do protocolo não atendia à orientação estabelecida no Mercosul, ou seja, de que no processo de harmonização teria como referência a legislação mais exigente e os *standards* internacionais, o Brasil recusou o projeto do protocolo.⁵¹ Ademais, o CDC brasileiro possui mecanismos para proteger o consumidor diante das novas conjunturas que o novo mercado impõe.

Obviamente, tal fato não afasta a possibilidade de haver legislações protetivas do consumidor eletrônico no âmbito do Mercosul, principalmente tendo em vista a característica de desterritorialização e de conflito entre jurisdições que o comércio eletrônico torna obrigatória.

O consumidor eletrônico no âmbito do Mercosul: a desterritorialização e o conflito de jurisdições

Com o conceito de sociedade como comunicação, ultrapassam-se os limites territoriais das sociedades e se dá o surgimento de uma conexão intertemporal das múltiplas sociedades regionais. Ainda que a comunicação possa ser dependente de relações espaciais, através de seu substrato material, ela, em si mesma, não tem lugar no espaço. Ao contrário do mundo animal, a evolução sociocultural da sociedade atual – em função da linguagem, da escrita, das telecomunicações – restringe o significado das relações espaciais invertendo o princípio: é a comunicação que determina o significado de espaço e não o contrário. Para Luhmann, tendo em vista o largo alcance obtido pelos meios de comunicação atuais, as sociedades contemporâneas configuram-se como um único sistema mundial, tendo em vista que, para a comunicação, não há limites territoriais.⁵²

⁵¹ COMISSÃO DE COMÉRCIO DO MERCOSUL. Ata n. 07/97, reunião de montevidéu, recusando o projeto de protocolo de 10 de dezembro de 1997. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 23/24, p. 533, 1997.

⁵² FEDOZZI, Luciano. A nova Teoria dos Sistemas de Niklas Luhmann. In: NEVES, Clarissa Eckert Baeta; SAMIOS, Eva Machado Barbosa (Org.). *Niklas Luhmann: a nova Teoria dos Sistemas*. Porto Alegre: Ed. da Universidade; Goethe Institut, 1997. p. 31.

Obviamente que, no comércio eletrônico, tal fenômeno é potencializado. Quando se decide contratar com determinado fornecedor, não se imagina o “endereço” ou mesmo a “localização” do parceiro contratual uma vez que essas mesmas informações não estão claras nos *sites* visitados ou nos *e-mails* recebidos, talvez porque não se tenha no plano real um endereço correspondente ao virtual, fato esse que impõe uma dificuldade no caso de o consumidor ajuizar uma ação. E justamente por desaparecerem no âmbito virtualizado limites estatais e territoriais é que muitos advogam, por meio de um processo híbrido de controle, ou seja, defendem uma autorregulação do comércio eletrônico, como o exemplo de uma *Lex* eletrônica.⁵³ A doutrina acredita que a regulação nacional mostra-se insuficiente e fracassa pelos problemas de execução que são intrínsecos ao caráter transnacional da comunicação digital, como também a regulação legitimada pelo Direito Internacional Público, mostra-se insuficiente na medida em que essa é ameaçada pela dificuldade de chegar a um consenso interestatal.⁵⁴

A Internet, neste íterim, surge como um novo *meio* de contratação a distância, e o contrato eletrônico, como um novo *tipo* contratual. Ao contrato eletrônico é aplicada a mesma regra da contratação a distância, ou seja, a regra do art. 49 do CDC, onde há previsão de arrependimento, com a finalidade de proteger a declaração de vontade do consumidor. Assim, no prazo de sete dias, a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, o consumidor pode exercer seu direito de arrependimento.

O fato é que a desterritorialização leva a um conflito de jurisdições no caso de um eventual litígio. A situação é mais

⁵³ Destarte, a Constituição estatal responde aos problemas que aparecem em toda criação social autônoma de normas: o problema da corrupção estrutural, onde aparecem interesses privados em jogo. Na *Lex* eletrônica, também se figura a influência massiva e não filtrada de interesses privados no processo de criação do direito (corrupção). Veja-se, nesse sentido: ENGEL, Christoph; KELLER, Kenneth H. (Ed.). *Governance of global networks in the light of differing local values*. Baden-Baden: Nomos, 2000.

⁵⁴ TEUBNER, Gunther. *El derecho como sistema autopoietico de la sociedad global*. Trad. de Manuel Cancio Meliá y Carlos Gómez-Jara Díez. Peru: ARA, 2005. p. 97.

simples quando se fala em contratos firmados entre consumidor e fornecedor, residentes dentro da jurisdição brasileira, mesmo entre diferentes regiões do País, porque, nesses casos, aplica-se o CDC. Situação diferente ocorre se uma das partes encontra-se em jurisdição estrangeira. Assim, se o consumidor é residente no Brasil, e o fornecedor, no Exterior, deve-se seguir as relações estabelecidas sob o prisma do Direito Internacional Privado e legislações pertinentes (ex.: CDC, Código Civil, LICC).

No sistema jurídico brasileiro, existem algumas normas que podem ser aplicadas ao contrato consumerista eletrônico de forma analógica. Conforme o art. 9º. da LICC, tem-se que “para qualificar e reger as obrigações, aplicar-se-á a lei do país em que se constituírem. Diante disso, “se o consumidor localizado no Brasil receber proposta de consumo de um fornecedor estrangeiro, em sua casa ou local onde acessou a Internet, aplicar-se-á a legislação brasileira.”⁵⁵ Mais adiante, no parágrafo 1º do artigo 9º há a seguinte redação: “Destinando-se a obrigação a ser executada no Brasil e dependendo de forma essencial, será esta observada, admitidas as peculiaridades da lei estrangeira quanto aos requisitos extrínsecos do ato.”⁵⁶ Esse parágrafo “impõe que a legislação brasileira deva ser aplicada quanto à forma, caso a execução seja aqui realizada”.⁵⁷

A maior controvérsia, porém, reside no parágrafo 2º., uma vez que “a obrigação resultante do contrato reputa-se constituída no lugar em que residir o proponente”. Esse dispositivo é bastante controvertido por parte da doutrina, uma vez que privilegia o fornecedor em detrimento do consumidor (protegido por normas constitucionais). Tal interpretação ocasionaria “uma forte incoerência do Direito Internacional Privado brasileiro, que, em vez de proteger o sujeito constitucionalmente identificado e seus

⁵⁵ GOMES, Magno Federici. Contratos de consumo por meio eletrônico. *Revista Magister de Direito Empresarial, Concorrencial e do Consumidor*, Porto Alegre: Magister, n. 24, p. 15, 2009.

⁵⁶ BRASIL, 1942, art. 9º., parágrafo 1º.

⁵⁷ GOMES, p. 15.

direitos fundamentais (art. 5º., XXXII, da CF/88), privilegiaria o fornecedor com sede no exterior”.⁵⁸

Nessa linha, entende-se que mesmo se o consumidor brasileiro adentrar em *site* estrangeiro e nele firmar contrato de consumo aplica-se a lei brasileira, tendo em vista que, “independentemente de estar localizado o site em provedor estrangeiro, a proposta de consumo se faz no Brasil. Isso porque, ao adentrar em *site* estrangeiro, a proposta vem até ao computador brasileiro, ou seja, a proposta se localiza no Brasil”.⁵⁹ Sendo o CDC de ordem pública, explica Marques:

A doutrina consumerista geralmente desconhece a teoria das leis de aplicação imediata em Direito Internacional Privado e define – *de lege ferenda* – a aplicação da lei local do domicílio ou da residência do consumidor, se a oferta for feita no Brasil, ou que as normas do Código de Defesa do Consumidor são de ordem pública internacional.⁶⁰

Precisamente essa ideia se coaduna também com um princípio geral no Direito Internacional Privado, qual seja o de se aplicar a lei mais benéfica ao consumidor. Entende-se necessário criar, no âmbito do Mercosul, mecanismos de regulação do comércio eletrônico com a finalidade de melhorar a proteção do consumidor, notadamente entre esses quatro países, levando-se em conta o modelo de legislação mais protetivo, como é o caso do Brasil.

Em busca de uma efetiva proteção

Efetivamente, a melhor solução no que toca à proteção do consumidor no âmbito do Mercosul seria a de harmonizar as

⁵⁸ MARQUES, Cláudia Lima. A proteção do consumidor de produtos e serviços estrangeiros no Brasil, p. 67.

⁵⁹ GOMES, op. cit., p. 16.

⁶⁰ MARQUES, op. cit., p. 75.

legislações dos diferentes países para determinados fins comuns no lugar de unificá-las, na medida em que unificar significa impor um corpo único de normas, com conteúdo uniforme para todos os Estados-integrantes.⁶¹ A harmonização legislativa é fruto de uma coordenação política entre os Estados porque

em síntesis [...] el resultado de la aplicación de un instrumento de cooperación, de allí que las competencias legislativas en la materia armonizada siguen siendo, según se ha expresado, nacionales.⁶²

Não esquecendo que, no caso de harmonização, deve-se levar em conta os países com níveis de proteção mais altos, uma vez que os direitos dos consumidores são elevados, como é o caso do Brasil, a direitos fundamentais consagrados constitucionalmente.

Nota-se, também, que o processo de harmonização adotado pelo Mercosul, tendo em vista a falta de supranacionalidade e carecedores de ineficazes instrumentos jurídicos, bem como de órgãos interestatais afasta-se sobremaneira do método utilizado pela União Europeia, sendo que

o processo de harmonização no Mercosul avança somente por meio do Direito Internacional Público clássico, por meio de tratados, protocolos, acordos e incorporações voluntárias das normas elaboradas nos órgãos do Mercosul”.⁶³

Ademais, os órgãos políticos de decisão do Mercosul, responsáveis pela execução e decisões legislativas (Conselho, Grupo e Comissão) “são órgãos dependentes das políticas

⁶¹ MARQUES, MERCOSUL como legislador em matéria de direito do consumidor, op. cit., p. 64.

⁶² DREYZIN DE KLOR, op. cit., p. 182-183.

⁶³ MARQUES, *Confiança no Comércio Eletrônico e a Proteção do Consumidor*, p. 406.

nacionais, que decidem por consenso e que não têm maior autonomia”.⁶⁴

Embora os artigos 34 e 35 do Protocolo de Ouro Preto dotam o Mercosul de personalidade jurídica, tornando-o um organismo internacional autônomo de seus países-membros, ele não se tornou um processo verdadeiramente supranacional, precisamente porque não existe no Tratado de Assunção de 1991, bem como no Protocolo de Ouro Preto, de 1994, “menção clara às competências nacionais ou supranacionais que teriam sido transferidas para os órgãos do Mercosul para que realizasse a integração econômica e a formação de um mercado comum”.⁶⁵

Outra característica que difere enormemente da União Europeia é o acesso à justiça principalmente pelos consumidores. Assim, o Protocolo de Brasília foi adotado pelos países com o intuito de solução de controvérsias. O protocolo está fundado em negociações diplomáticas e estabelece, como último recurso, a arbitragem, constituindo um verdadeiro obstáculo para os consumidores e indivíduos comuns pleitearem seus direitos. Ventura⁶⁶ cita três características desse processo de solução de controvérsias: a) que o Protocolo de Brasília foca-se mais na ação diplomática que sobre princípios jurídicos; b) o campo de aplicação do Protocolo de Brasília limita-se à interpretação, à aplicação e ap sancionamento de normas comuns em relação aos Estados-membros do bloco, fato que acarreta a exclusão de controle dos atos das pessoas físicas e jurídicas; c) os indivíduos, assim, não possuem acesso direto ao sistema. Entretanto, um particular pode invocar o Protocolo de Brasília mediante um Estado-membro, tornando-se esse o autor da demanda.

Destarte, existem, portanto, três níveis de solução de controvérsias no Mercosul: a) um conflito entre os Estados-membros pode ser resolvido pelo sistema autônomo do Mercosul, fundado no Protocolo de Brasília, no Protocolo de Ouro Preto e

⁶⁴ *Ibidem*, op. cit., p. 409.

⁶⁵ *Idem*, p. 410-411.

⁶⁶ VENTURA, p. 234-235.

também no Protocolo de Olivos e seu regulamento; b) uma controvérsia entre um cidadão e um Estado-membro, será resolvida mediante o endosso da demanda do particular a um Estado no âmbito do sistema autônomo do Mercosul; c) uma controvérsia que verse sobre o direito do Mercosul entre cidadãos dos Estados-membros será resolvido pelas jurisdições nacionais, quando o juiz nacional aplicará o Direito interno que tem como fonte o Mercosul – na medida em que só o fará se as normas forem incorporadas aos ordenamentos nacionais.⁶⁷

Porém, existem três convenções internacionais, sancionadas no âmbito do Mercosul que visam a promover o trabalho da Justiça nacional, além de indicar foro privilegiado do consumidor em caso de litígios contratuais de consumo. Conforme Marques, as três principais são: o Protocolo de Las Leñas sobre a Cooperação e Assistência Jurisdicional em matéria civil, comercial, administrativa e do trabalho (veja-se no Brasil Dec. Leg. 47, de 13/4/1995); o Protocolo de Buenos Aires sobre jurisdição internacional em matéria contratual; o Protocolo sobre medidas cautelares (Dec. Leg. 192/95). O Protocolo de Las Leñas tem como escopo facilitar as provas, o reconhecimento de sentenças e um dever de cooperação geral entre os Poderes Judiciários dos países integrantes e inova no sentido de acelerar os trâmites de reconhecimento e execução por carta rogatória, além de instituir tratativas igualitárias no que tange aos estrangeiros e às pessoas jurídicas no Mercosul, como eliminação de barreiras e cauções.⁶⁸

Mesmo que o processo de harmonização não tenha tido uma experiência exitosa no âmbito do Mercosul, seus Estados-membros têm uma legislação especializada sobre o assunto: no Brasil o Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90); a Argentina pela Ley de Defensa Del Consumidor (Ley 24.240/

⁶⁷ Não esquecendo do Acordo para Arbitragem Comercial Internacional do Mercosul, firmado em Buenos Aires, em 1998, que limita a arbitragem como meio alternativo, privado de solução de controvérsias oriundas de contratos internacionais entre pessoas físicas ou jurídicas de direito privado. (VENTURA, op. cit., p. 236-237.

⁶⁸ MARQUES, *Confiança no Comércio Eletrônico*, p. 425-426.

93); o Paraguai teve uma lei dispendo sobre direitos dos consumidores em 1998 (Ley 1.334/98); o Uruguai alcançou a lei sobre normas relativas às relações de consumo em 1999 (Ley 17.189/99). Portanto, mesmo que não haja uma efetiva proteção no âmbito do Mercosul dos consumidores nem mesmo uma corte supranacional que facilite o acesso dos cidadãos dos Estados-membros à Justiça, as legislações nacionais de cada Estado-membro preveem proteção dos consumidores, inclusive, nas respectivas Constituições. Se o próprio sistema do Mercosul é precário e deficiente para tal objetivo, pelo menos se espera uma legislação no que toca às relações consumeristas desenvolvidas no comércio eletrônico em que as partes figurem como integrantes dos países do bloco.

Considerações finais

O comércio eletrônico impôs à sociedade novas formas de interação em comum, fato esse que acarreta uma significativa mudança no modo de contratar. A relação entre fornecedor e consumidor tornou-se potencializada por meio da Internet, uma vez que essa se virtualizou e passou a se revestir de novas características: atemporalidade, desterritorialização, desmaterialização. O Direito, como um mecanismo de institucionalização de expectativas contra frustrações, necessita acompanhar a evolução da sociedade. No caso brasileiro, a doutrina passou a estudar os mecanismos desse novo comércio e começou a encontrar soluções compatíveis para esses novos problemas dentro do CDC (Lei 8.078/90), especialmente no que toca à publicidade virtual e à contratação eletrônica.

O maior obstáculo enfrentado pelo Direito é em função da desterritorialização e do conflito de jurisdições que isso impõe, pois, como proceder se um consumidor brasileiro contrata com um fornecedor estrangeiro? Embora as legislações mundiais caminhem para facilitar o lado mais hipossuficiente, no sentido de eleger o foro do domicílio do consumidor, no caso de eventual litígio, na prática, as situações não se resolvem facilmente. Por

isso, muitos advogam por um processo híbrido de controle no âmbito do ciberespaço – a exemplo da *Lex Mercatoria* – poder-se-ia constituir uma *Lex Eletronica*.

O surgimento do Mercosul constituiu-se, para além de um marco fundamental nas economias dos países-membros, a possibilidade de comercializar com os demais países com vantagens alfandegárias, desenvolvendo, cada vez mais, as relações de consumo internacionais. Contudo, além de garantir a livre circulação de mercadorias, é preciso que se estabeleça um mecanismo efetivo de proteção dos consumidores. Notadamente no âmbito do Mercosul, poder-se-ia pensar que seria mais fácil a proteção do consumidor eletrônico no âmbito do bloco, fato que não se concretizou até o momento, mormente pelas suas próprias estruturas institucionalizadas, que carecem de supranacionalidade e se constituem mais como uma parceria intergovernamental.

As tentativas de proteção do consumidor, leia-se o Protocolo de Santa Maria, de 1996, e a confecção do Regulamento Comum de Defesa do Consumidor, de 1997, não prosperaram. O primeiro nunca entrou em vigor, tendo em vista o teor do artigo 18 do referido protocolo que diz que esse só entra em vigor depois de terminados os trabalhos do CCM que seria o superado Regulamento Comum de Defesa do Consumidor – fato que nunca ocorreu. Dessa maneira, “esta decisão, qual seja, de fazer a conexão destas duas normas do Mercosul, não foi feliz e significou, na prática, que este útil e necessário protocolo acabou em um limbo jurídico”.⁶⁹ Já as resoluções elaboradas pelo Comitê Técnico 7 (CT-7) do Grupo Mercado Comum, várias delas, abordando capítulos do futuro Regulamento Comum para a Defesa do Consumidor, não entraram em vigor ainda por depender da recepção dos ordenamentos jurídicos nacionais, fato que denota a precariedade do processo de harmonização legislativa entre os países do bloco.

⁶⁹ MARQUES, p. 434-435.

Quanto à inexistência de lei que verse sobre comércio eletrônico, o Mercosul poderia adotar uma lei-modelo para os países integrantes, podendo-se dar como exemplo a *Lei Modelo Uncitral sobre Comércio Eletrônico*⁷⁰ elaborada pela Comissão das Nações Unidas para o Direito Comercial Internacional (Uncitral) em 1996, que visa a criar como referência um modelo de lei sobre comércio eletrônico, para que os Estados nacionais consigam adaptar suas legislações. Além de atacar as principais questões controvertidas no que refere ao comércio eletrônico, a lei advoga no sentido de que os fundamentos do papel escrito, a assinatura e o original tradicionais devem nos documentos eletrônicos alcançar as mesmas funções.

Se é certo que o Direito deva acompanhar a evolução sociocultural da sociedade, também se precisa dizer que o sistema jurídico deve institucionalizar expectativas sociais legítimas para que a sociedade possa se orientar, a fim de não gerar uma crise de desconfiança e também de efetividade do próprio Direito.

Para tanto, acredita-se que o direito do consumidor, como um subsistema do Direito, deve reproduzir suas estruturas acompanhando o avanço e as conjecturas que o sistema econômico impõe. Desse modo, é possível e necessária uma legislação que verse sobre a proteção do consumidor no comércio eletrônico, indo além da dogmática jurídica tradicional, observando determinadas questões que vão além do formato tradicional das relações consumeristas.

⁷⁰ Disponível em: <<http://www.uncitral.org>>. Acesso em: 15 maio 2010.

Referências

- BARBOSA, Livia. *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2004.
- BATESON, Gregory. *Steps to an ecology of mind*. Chicago: University Chicago Press, 2000.
- BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 1991.
- BAUMAN, Zigmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Trad. de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BOBBIO, Norberto. *A era dos direitos*. Trad. de Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Campus, 1992.
- COMISSÃO DE COMÉRCIO DO MERCOSUL. Ata n. 07/97, reunião de montevidéo, recusando o projeto de protocolo de 10 de dezembro de 1997. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 23-24, p. 533, 1997.
- DANIS-FATÔME, Anne. *Apparence et contrat*. Paris: LGDJ, 2004.
- DELMAS-MARTY, Delmas. *Três desafios para um Direito Mundial*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003.
- DE LUCCA, Newton et al. *Direito e internet: aspectos jurídicos relevantes*. Bauru: Edipro, 2001.
- DE LUCCA, Newton. *Aspectos jurídicos da contratação informática e telemática*. São Paulo: Saraiva, 2003.
- DREYZIN DE KLOR, Adriana. *El Mercosur: generador de una nueva fuente de Derecho Internacional Privado*. Buenos Aires: Zavalía, 1997.
- ENGEL, Christoph; KELLER, Kenneth H. (Ed.). *Governance of global networks in the light of differing local values*. Baden-Baden: Nomos, 2000.
- FEDOZZI, Luciano. A nova Teoria dos Sistemas de Niklas Luhmann. In: NEVES, Clarissa Eckert Baeta; SAMIOS, Eva machado Barbosa (Org.). *Niklas Luhmann: a nova Teoria dos Sistemas*. Porto Alegre: Ed. da Universidade; Goethe Institut, 1997.
- FINKELSTEIN, Maria E. *Aspectos jurídicos do comércio eletrônico*. Porto Alegre: Síntese, 2004.

GOMES, Magno Federici. Contratos de consumo por meio eletrônico. *Revista Magister de Direito Empresarial, Concorrencial e do Consumidor*, Porto Alegre: Magister, n. 24, p. 15, 2009.

KLEE, Antonia Espíndola Longoni. A proteção do “consumidor eletrônico” no Mercosul. *Revista Trimestral de Direito Civil*, Rio de Janeiro: Padma, v. 33, p. 40, 2008.

LÉVY, Pierre. *O que é o virtual?* Trad. de Paulo Neves. São Paulo: Ed. 34, 1997.

LORENZETTI, Ricardo Luis. *Comércio eletrônico*. Trad. de Fabiano Menke. Notas de Cláudia Lima Marques. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

LUHMANN, Niklas. *Confianza*. Trad. de Amanda Flores e Darío Rodríguez Mansilla. Barcelona: Universidad Iberoamericana, 1996.

_____. *Sistemas sociales: lineamientos para una teoría general*. Trad. de Sílvia Pappé y Brunhilde Erker. Barcelona: Anthropos, 1998.

_____. *El derecho de la sociedad*. Trad. de Javier Torres Nafarrate. México: Universidad Iberoamericana, 2002.

_____. *Introdução à Teoria dos Sistemas*. Trad. de Ana Cristina Nasser. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

MARQUES, Cláudia Lima. Vinculação própria através da publicidade? A nova visão do CDC. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 10, p. 7 ss, 1994.

_____. MERCOSUL como legislador em matéria de direito do consumidor: crítica ao projeto de protocolo de defesa do consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 26, p. 53, 1998.

_____. A proteção do consumidor de produtos e serviços estrangeiros no Brasil: primeiras observações sobre os contratos a distância no comércio eletrônico. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 41, p. 67, 2002.

_____. *Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor: um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

_____. Proteção do consumidor no comércio eletrônico e a chamada Nova Crise do Contrato: por um direito do consumidor aprofundado. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 15, p. 29, 2006.

_____. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 5. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

MARTINS-COSTA, Judith. *A boa-fé no Direito Privado*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2000.

MARTINS, Guilherme Magalhães. Confiança e aparência nos contratos eletrônicos de consumo via internet. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 64, p. 57, 2007.

MERTON, Robert K. *Sociologia: teoria e estrutura*. São Paulo: Mestre Jou, 1968.

GRASSI NETO, Roberto. Política de proteção do consumidor no Mercosul. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 66, p. 167, 2008.

PALLARÉS, Beatriz. Reflexiones acerca de la incorporación de la normativa del Mercosur a los sistemas nacionales. In: DREYZIN DE KLOR, Adriana (Coord.). *Temas de Derecho de la Integración, Derecho Internacional Privado*. Córdoba: Advocatus, 1998.

REZZÓNICO, Juan Carlos. *Principios fundamentales de los contratos*. Buenos Aires: Astrea, 1999.

ROCHA, Leonel Severo; DUTRA, Jéferson Luis Dellavalle. Notas introdutórias à concepção sistêmica de contrato. In: *Constituição, sistemas sociais e hermenêutica*. ROCHA, Leonel Severo et al. (Org.). Porto Alegre: Livraria do Advogado; São Leopoldo: Unisinos, 2005.

TEUBNER, Gunther. *El Derecho como sistema autopoiético de la sociedad global*. Trad. de Manuel Cancio Meliá y Carlos Gómez-Jara Díez. Peru: ARA, 2005.

TIMM, Luciano Bennetti. A prestação de serviços bancários via internet (*home banking*) e a proteção do consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 38, 2001.

VENTURA, Deisy. *Las asimetrías entre el Mercosur y la Unión Europea*. Montevideo: Fundação Konrad-Adenauer, 2005.

Sites: <www.mercosul.gov.br. Acesso em: 15 maio 2010.
<<http://www.uncitral.org>>. Acesso em: 15 maio 2010.

A carta de direitos fundamentais da União Europeia e a opinião pública: políticas públicas de educação para o consumo: instrumento de transformação da realidade social

Liton Lanes Pilau Sobrinho*

Introdução

A transformação do social através da opinião pública e de políticas públicas na educação para o consumo é uma realidade. Por meio deste trabalho, busca-se analisar a conceituação de opinião pública, principalmente o conceito trazido por Luhmann, que faz uma ligação dos meios de comunicação com o processo comunicativo, pois a opinião pública, enquanto é produto de constantes atualizações dos meios de comunicação, traduz-se como a própria realidade social. É nesse sentido, portanto, que, para compreender a transformação da realidade social, pretende-se analisar as condições e possibilidades de mudança social, bem

* Doutor em Direito pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) (2008), Mestre em Direito pela Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc) (2000). Graduado em Direito pela Universidade de Cruz Alta (Unicruz) (1997). Professor nos Programas de Mestrado e Doutorado *Stricto Sensu* em Ciência Jurídica da Universidade do Vale do Itajaí. Professor Titular da Cátedra Jean Monnet da União Europeia. Coordenador do Balcão do Consumidor e Professor na Universidade de Passo Fundo (UPF).

como as políticas públicas de defesa do consumidor, que irão se refletir na educação para o consumo, partindo de uma proteção humanizadora dos consumidores diante da sua proteção no âmbito das Nações Unidas e da União Europeia.

O ser humano se vale da linguagem para expressar sua manifestação de vontade, utilizando-se dos mais diversos meios de comunicação, através dos quais, as informações chegam aos receptores que formarão a opinião pública sobre o que lhes foi informado. Dessa forma, a defesa do consumidor, através do seu Código de Defesa do Consumidor (CDC) Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990 – estabelece o fomento para a criação de políticas públicas, que tenham como um de seus princípios a educação para o consumo, como instrumento de transformação da realidade social.

A proteção internacional dos consumidores

Os direitos dos consumidores ganham um novo patamar diante de seu reconhecimento na Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas ao adotar a Resolução 39-248¹ que estabeleceu as diretrizes para a proteção do consumidor, mostrando a relevância dos Estados ao colocarem em prática políticas de defesa dos consumidores:

Essa preocupação de promover os direitos dos consumidores, também está presente numa das principais legislações da União Europeia, ou seja, na sua Carta de Direitos Fundamentais, que estabelece em seu art. 38: “As políticas da União devem assegurar um elevado nível de defesa dos consumidores.” A preocupação é que deva se estabelecer uma política comum para os países que integram a União Europeia, o que fica claro no Tratado de Lisboa que dispõe:

¹ Resolução 39-248, da Organização das Nações Unidas.

Art. 4º. 1. A União dispõe de competência partilhada com os Estados-Membros quando os Tratados lhe atribuem competência em domínios não contemplados nos artigos 3º e 6º 2. As competências partilhadas entre a União e os Estados-Membros aplicam-se aos principais domínios a seguir enunciados: [...] f) Defesa dos consumidores; [...].

Essa competência partilhada estabelece à União Europeia e aos Estados-Membros o dever de desenvolver o domínio de proteção e o estabelecimento de políticas comuns, conforme assevera seu art. 12: “As exigências em matéria de defesa dos consumidores serão tomadas em conta na definição e execução das demais políticas e ações da União. (ex-nº 2 do artigo 153º TCE)”.² Assim, essa política da União vem estabelecer a proteção efetiva no seu art. 169º, como se lê:

1. A fim de promover os interesses dos consumidores e assegurar um elevado nível de defesa destes, a União contribuirá para a proteção da saúde, da segurança e dos interesses económicos dos consumidores, bem como para a promoção do seu direito à informação, à educação e à organização para a defesa dos seus interesses.
2. A União contribuirá para a realização dos objetivos a que se refere o n.º 1 através de:
 - a) Medidas adoptadas em aplicação do artigo 114º no âmbito da realização do mercado interno;
 - b) Medidas de apoio, complemento e acompanhamento da política seguida pelos Estados-Membros;
3. O Parlamento Europeu e o Conselho, deliberando de acordo com o processo legislativo ordinário e após consulta ao Comité Económico e Social, adoptarão as medidas previstas na alínea b) do nº 2.

² UNIÃO EUROPEIA. Tratado de Lisboa. Disponível em: <<http://ue.int>>. Acesso em: 2 out. 2011.

4. As medidas adoptadas nos termos do nº 3 não obstam a que os Estados-Membros mantenham ou introduzam medidas de proteção mais estritas. Essas medidas devem ser compatíveis com os Tratados e serão notificadas à Comissão. (ex-artigo 153º TCE).

Diante da proteção integral estabelecida dentro da União Europeia, podemos destacar outros mecanismos que se fazem presentes para sua implementação através da participação da sociedade, detentora de opinião pública, e capaz de transformar e humanizar as relações de consumo.

Conceito de opinião pública

Um dos exemplos históricos mais significativos acerca do que se compreende como opinião pública pode ser o fato ocorrido na Inglaterra, em 1935, quando houve a insurgência de muitos contra o Parlamento inglês, que pretendia ceder a Etiópia à Itália. Essa insurgência obrigou o governo a abandonar o projeto, prevalecendo a voz geral. Tal acontecimento veio a despertar uma consciência geral para o fenômeno que, historicamente, podia ser compreendido como a voz geral da coletividade.³

Contudo, a concepção de opinião pública vem de muito antes. “Desde 1780 os escritores franceses faziam uso extensivo da opinião pública para referir-se a um fenômeno mais político que social.”⁴ Com a criação do já referido tipo móvel de Guttenberg, no século XV, iniciou um processo de divulgação massiva de informações, viabilizando a democratização da leitura e, conseqüentemente, a ampliação da possibilidade de manifestação de opiniões. Por isso,

³ SAUVY, Alfred. *A opinião pública*. 2. ed. São Paulo: Difel, 1966. p. 7.

⁴ PRICE, Vincent. *Opinión pública*. Barcelona: Paidós, 1994. p. 22.

não pode falar-se de um conceito político de “opinião pública” antes da segunda metade do século XVIII, e de sua imposição em toda a Europa inclusive depois da Revolução Francesa. Todavia, a verdadeira inovação se fala no uso da imprensa para colocar em circulação panfletos políticos, ou melhor – na Inglaterra do século XVIII – para a divulgação de petições dirigidas ao Parlamento. Porque com isto resta claro que não somente se dirigem ao destinatário e que estava excluída a manutenção de segredo.⁵

A rápida difusão comunicativa promovida pela imprensa aliou os interesses de comerciantes e classes dirigentes à crescente expansão da alfabetização, possibilitando a emergência de uma voz geral, compreendida, até então, como vontade política da sociedade.⁶ Pergunta-se, entretanto: O que é a opinião pública? Pode a expressão do pensamento coletivo ser expressa como opinião pública? A compreensão do fenômeno torna por ser explicado sob diferentes óticas.

Sartori traduz a opinião pública como sendo um conjunto de ideias que reside na coletividade. A opinião pública, assim, emerge do público, para o público e envolve a coisa pública. Nessa linha de pensamento, o conceito de opinião pública é traduzido como a voz geral orientada à resolução de problemas coletivos e ao interesse geral da coletividade. Igualmente refere que a opinião pública não pode ser encarada como uma verdade,

⁵ LUHMANN, Niklas. *La sociedad de la sociedad*. México: Herder; Universidad Iberoamericana, 2007. p. 403: “No puede hablarse de un concepto político de “opinião pública” antes de la segunda mitad del siglo XVIII, y de su imposición en toda Europa incluso después de la Revolución Francesa. Aunque la verdadera innovación se halla en el uso de la imprenta para poner en circulación panfletos políticos, o bien – en la Inglaterra del siglo XVII – para la divulgación de peticiones dirigidas al Parlamento. Porque con eso queda claro que no sólo se dirigen al destinatario y que estaba excluido el mantenerlas en secreto.”

⁶ PRICE, op. cit., p. 22.

mas como opinião, eis que seria um mero opinar subjetivo, carente de comprovação.⁷

Já em Habermas, a opinião pública não possui o encargo de se vincular a regras políticas ou de se dedicar a discussões públicas; no entanto, mantém estreita relação com o poder no momento em que toda e qualquer opinião (seja ela pública ou não) reveste-se de importância ao exercício do poder estatal. Por isso, quaisquer manifestações (opiniões, condutas) são passíveis de se transformarem em opinião pública desde o momento em que participam de maneira relevante no exercício das funções estatais de dominação e administração.⁸

Ao abordar a temática da opinião pública no ciberespaço, Levy⁹ aduz a expansão e a fragmentação da esfera pública. Assim, a opinião pública seria uma forma de qualificação de comunidades linguisticamente orientadas, ultrapassando a noção estatal e criando um espaço universal de formação e atualização de práticas discursivas, multiplicando-se dinamicamente os espaços públicos de discussão e, conseqüentemente, complexificando ainda mais tais discursos.

⁷ SARTORI, Giovanni. *Homo Videns: televisão e pós-pensamento*. Bauru: Edusc, 2001. p. 52: “A opinião pública se apresenta antes de mais nada como uma situação, uma colocação. Neste sentido representa o conjunto de opiniões que se encontram na coletividade ou nos agregados públicos. Mas a noção de opinião pública consiste também e sobretudo nas opiniões generalizadas do público, nas opiniões endógenas, que são do público no sentido que o público é na verdade o sujeito das mesmas. Acrescente-se que uma opinião é dita pública não só porque pertence ao público, mas também porque envolve a *res publica*, a coisa pública, quer dizer, assuntos que são de natureza pública: o interesse geral, o bem comum, os problemas coletivos.”

⁸ HABERMAS, Jürgen. *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: G. Gili, 2002. p. 268: “La opinión pública no está ya vinculada ni a reglas de discusión pública o a formas de verbalización, ni debe ocuparse de problemas políticos, ni menos aún dirigirse a instancias políticas. Su relación con la dominación, con el poder, aumenta, por así decirlo, a espaldas suyas: los deseos “privados” > de automóviles y refrigeradores caen bajo la categoría de “opinión pública”, exactamente igual que el resto de modos de conductas de grupos cualesquiera con tal de que sean relevantes para el ejercicio de las funciones estatal-sociales de la dominación y la administración.”

⁹ LÉVY, Pierre. *Ciberdemocracia*. Lisboa: Piaget, 2003. p. 53-54: “A opinião pública moldar-se-á cada vez mais em listas de discussões, fóruns, salas de conversação, redes de sítios interligados e outros dispositivos de comunicação próprios para as comunidades virtuais, dos quais alguns *media* clássicos serão quando muito, pontos de reunião.

É, contudo, a conceituação de opinião pública trazida por Luhmann a que melhor se amolda aos objetivos do presente trabalho. A comunicação produz-se continuamente em uma rede hermético-recursiva, cujos componentes não são outra coisa senão comunicações. Nesse sentido, a comunicação é sensível a problemas constantemente gerados e complexificados, diante aos quais apresenta rápida reação. Basta referir-se os exemplos trazidos por Luhmann,¹⁰ como a consideração dos riscos das decisões, os problemas ecológicos, as consequências das novas tecnologias, etc.

Os meios de comunicação, por sua vez, operam distinções,¹¹ atuam seletivamente indicando quais comunicações são passíveis de utilização, quais acontecimentos serão levados à público, etc. Os meios de comunicação de massas proporcionam o acoplamento dos diversos sistemas sociais. Logo, a linguagem, os meios eletrônicos, os meios de comunicação simbolicamente generalizados, etc. promovem, continuamente, o acoplamento e o desacoplamento dos sistemas e assim (re)produzem constantemente formas.¹²

Neste enquadramento, o texto de um jornalista distinguir-se-á cada vez menos da opinião de um especialista de renome ou de um internauta de escrita fácil num grupo de discussão. A noção de opinião pública (a insistir na manutenção deste termo) qualificará prioritariamente comunidades lingüísticas e de afins diversos mais do que cidadãos de um Estado. [...] A esfera pública está em crescimento e em reorganização continuados. Ela desdobra-se, particulariza-se em pequenas e médias comunidades, cola-se aqui e acolá, floresce noutro ponto, reconstitui uma singularidade nesta ou naquela área do espaço semântico [...]. Em vez de apenas se multiplicarem num único nível, numa única escala (no palco clássico dos *media*), as suas formas, complexas e dinâmicas reproduzem-se em todas as escalas e passam imprevisivelmente de um nível para outro no seio da rede viva, móvel e em expansão da inteligência coletiva da humanidade.”

¹⁰ LUHMANN, Niklas. *La sociedad de la sociedad*. México: Herder; Universidad Iberoamericana, 2007. p. 869.

¹¹ MARCONDES FILHO, Ciro. *O escavador de silêncios: formas de construir e de desconstruir sentidos na comunicação: nova teoria da comunicação II*. São Paulo: Paulus, 2004. p. 480.

¹² MARCONDES FILHO, op. cit., p. 476.

Melhor expondo, a produção comunicativa no meio social é responsável pela produção da própria sociedade: tudo é comunicação;¹³ as comunicações proporcionam e são proporcionadas por seus próprios meios autopoieticamente, gerando, assim, um excedente comunicativo apto à construção paradoxal da realidade social (forma, sim/não).

Os próprios meios de comunicação de massa são compreendidos como uma forma baseada no código informação/não informação. A opinião pública, nesse sentido, é o resultado da seletividade operada por esses meios. Assim, não são questionáveis eventuais manipulações ou distorções. A opinião pública, sendo produto de constantes atualizações dos meios de comunicação, traduz-se como a própria realidade social, e os meios geram, constantemente, descrições da realidade.¹⁴ Para Marcondes Filho,

a lógica do pensamento atual não necessita mais da comprovação, da verificação fiel, da derrubada de argumentos. Este modelo está superado. A lógica atual é absolutamente outra: todo o instrumental “científico” é amplamente utilizado para dar status de verdade às imposições de classe e a opinião pública precisa apenas da aparência da verdade. O que lhe interessa é participar do jogo, fazer parte do espetáculo e não questionar os fundamentos últimos das explicações.¹⁵

Luhmann anota três dimensões pelas quais é possível descrever a seletividade dos meios de comunicação cujo resultado é o que

¹³ LUHMANN, Niklas. O conceito de sociedade. In: NEVES, Clarissa Eckert Baeta; SAMIOS, Eva Machado Barbosa (Org.). *Niklas Luhmann: A nova teoria dos sistemas*. Porto Alegre: Ed. da Universidade; Goethe Institut, 1997. p. 80; GARCÍA AMADO, Juan Antonio. *La filosofía del derecho de Habermas y Luhmann*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 1997. p. 109-114.

¹⁴ LUHMANN, Niklas. *La sociedad de la sociedad*. México: Herder; Universidad Iberoamericana, 2007. p. 873.

¹⁵ MARCONDES FILHO, Ciro. *Quem manipula quem: poder e massas na indústria da cultura e da comunicação no Brasil*. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 1992. p. 14.

se compreende como opinião pública: a) na *dimensão objetual*, ocorre uma quantificação de dados, um mapeamento do que pode ser utilizado como notícia; b) na *perspectiva temporal*, é analisada a relevância do que se quer informar, a informação deve ser nova, deve possuir um valor informativo relevante, enquanto na c) *dimensão social*, ocorre certa mobilização social para gerir os conflitos, há uma constante produção de inquietude que torna a promover recorrentes operações sistêmicas para gerilas.¹⁶

Ilustrativamente, se pode redesenhar tais dimensões sob o prisma das notícias acerca dos casos de HIV no mundo, conforme relatórios da Organização das Nações Unidas. Na dimensão objetual, são quantificados os dados acerca da ocorrência da doença no mundo. Posteriormente, na dimensão temporal, é analisado se houve aumento ou diminuição da propagação da doença. Por fim, ante à dimensão social, a opinião pública torna a fazer emergir políticas públicas, espelhadas nesse caso, nos programas de saúde com o intuito de controle das inquietações às quais o sistema social é submetido.

Saliente-se, de igual forma, as campanhas levadas adiante contra eventual epidemia de dengue no Brasil. Os meios de comunicação de massa fazem emergir um excedente comunicacional que acaba por ser moldado pela opinião pública; dessa maneira, viabilizam-se mobilizações, programas de prevenção à doença, movimentos educativos, etc. com vistas ao combate das causas que provocam a dengue, bem como à divulgação de informações para sua prevenção.

Por meio dessas três dimensões, é possível a seleção informativa de modo que haja constituição da opinião pública. Após o levantamento daquilo que pode ser utilizado como notícia, passa-se ao estudo da viabilidade do conteúdo a ser informado e, finalmente, a informação produzida torna a gerar inquietudes e

¹⁶ LUHMANN, Niklas. *La sociedad de la sociedad*. México: Herder; Universidad Iberoamericana, 2007. p. 872-874.

perturbações que os sistemas absorvem e processam de acordo com seus próprios pressupostos sistêmicos.

Em outros termos, a opinião pública possibilita que o sistema político observe seu ambiente e os demais subsistemas e que opere conforme o resultado dessa mesma observação. A opinião pública, pois, pode ser compreendida como um dos meios aptos à construção de formas no sistema social. Igualmente, é compreendida como sendo a possibilitadora de acoplamentos entre os diversos sistemas, viabilizando, com isso, a observação de segunda ordem enquanto *práxis* reflexivo-sistêmica.

Redes geradoras de opinião pública

A sociedade é comunicação. Ao se constituir comunicacionalmente, o sistema social torna-se o cenário propício à difusão comunicativa. É de ser lembrado que os meios de comunicação de massa fornecem determinada indicação seletiva daquilo que é relevante e daquilo que não o é para o sistema social, bifurcando, assim, as possibilidades de descrição mediante a diferença informação/não informação, restando a opinião pública como um produto de meios de comunicação de massa constantemente empenhados em oferecer descrições da realidade. Para Campilongo,

a sociedade pode ser examinada como uma rede de comunicações. O que diferencia o sistema social dos demais sistemas é exatamente isso. A operação típica da sociedade é a comunicação, entendida como ato de transmitir, receber e compreender a informação. A própria evolução sociocultural é exemplo da contínua transformação e ampliação das possibilidades de comunicação.¹⁷

¹⁷ CAMPILONGO, Celso Fernandes. *O Direito na sociedade complexa*. São Paulo: M. Limonad, 2000. p. 162.

Importa salientar, em um primeiro momento, o rompimento para com a visão cartesiano-mecanicista até então dominante no cenário científico. A fragmentação e a redução às partes (como forma de explicação do todo) deve, necessariamente, ceder espaço à consideração de um todo interligado e interdependente. O pensamento sistêmico, assim, passa a operar com o conceito de redes, de um todo interligado e harmonicamente operativo.

Na visão mecanicista, o mundo é uma coleção de objetos. Estes, naturalmente, interagem uns com os outros, e, portanto, há relações entre eles. Mas as relações são secundárias [...]. Na visão sistêmica, compreendemos que os próprios objetos são redes de relações, embutidas em redes maiores. Para o pensador sistêmico, as relações são fundamentais. As fronteiras dos padrões discerníveis (“objetos”) são secundárias.¹⁸

Essa pequena noção de interligação e interdependência sistêmicas é de extrema importância à compreensão da formação e disseminação da opinião pública no meio social. As redes geradoras de opinião pública operam de forma integrada, restando sua causa e efeito como resultado e requisito de operações comunicativas anteriores, bem como sua corporificação no meio social, condição de possibilidade para operações posteriores, conforme já referido anteriormente. Dessa maneira, a comunicação é constantemente produzida com base em outras comunicações.

Toda a comunicação é dependente de comunicações anteriores. De forma a ilustrar tal assertiv, basta se pensar em fato ocorrido na África relacionado aos medicamentos destinados aos portadores de HIV: a decisão a favor da quebra de patentes

¹⁸ CAPRA, Fritjof. *A teia da vida*: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos. 4. ed. São Paulo: Cultrix, 1999. p. 47.

de medicamentos¹⁹ teve repercussão mundial. Esse fato acabou gerando um excedente comunicacional no âmbito do sistema social.²⁰ Os meios de comunicação de massa, diferenciados pela codificação informação/não informação, potencializaram a comunicação referente ao tema, influenciando a construção da opinião pública no sentido favorável à decisão que autorizou a quebra de patentes. Ilustrativamente, a opinião pública (gerada por essa decisão) acabou causando ressonâncias²¹ na sociedade, viabilizando construções peculiares a cada sistema social mediante sua autopoiese própria.

Os meios de comunicação de massa, por isso, atuam imediatamente como viabilizadores de descrições da realidade social. Dessa maneira, sobressai cristalino o poder operado pelos *media*, no sentido de construção/desconstrução de comunicações e, conseqüentemente, da realidade social.

O processo de comunicação não está solto, e sim, inter-relacionado com outros meios. Para Nafarrate, “os meios são precisamente isto: meios. Todo o peso da reflexão moderna sobre os meios de massa está centrado em uma crítica ao poder incontido e desumanizado ao homem”.²² A realidade proposta aos meios de comunicação de massa perpassa uma crítica ao poder humano; assim, a

¹⁹ Sobre as violações de garantias fundamentais por grandes empresas farmacêuticas transnacionais, TEUBNER, Gunther. *Globalized society: fragmented justice: human rights violations by “private” transnational actors*. In: ESCAMILLA, Manuel; SAAVENDRA, Modesto (Ed.): *Law and justice in a global society*. Granada: International Association for Philosophy of Law and Social Philosophy, 2005.

²⁰ Saliente-se a compreensão de sociedade como um sistema global de comunicações, razão pela qual, em tempos de globalização, não é possível falar em unidades geograficamente delimitadas como fator de explicação de sociedades. Passa-se a falar da sociedade no lugar das sociedades. (LUHMANN, Niklas; DE GIORGI, Raffaele. *Teoría de la sociedad*. México: Universidad de Guadalajara; Universidad Iberoamericana; Iteso, 1993. p. 69).

²¹ LUHMANN, Niklas. *Ecological communication*. Chicago: The University of Chicago Press, 1989. p. 15-21.

²² NAFARRATE, Javier Torres. In Memoriam. In: LUHMANN, Niklas. *La realidad de los medios de masas*. México: Anthropos, 2000. p. X: “Los medios son precisamente eso: medios. Todo el peso de la reflexión moderna sobre los *mass media* está centrado en una crítica al poder incontenible y deshumanizado al hombre.”

comunicação em sua forma constitutiva primária definida como código, como sistemas de diferenças – ou como se queira – não sente, não possui consciência, não valora, não discrimina; não é nem boa nem má para o ser humano, é simplesmente um fato cego.²³

Na teoria luhmanniana, a sociedade é pura comunicação, e toda a comunicação é sociedade, estando ambas completamente autoligadas. A comunicação não pode ser afetada por nada que exista fora dela, a sociedade é o universo de todas as comunicações possíveis. Por isso, a comunicação é continuamente gerada em uma cadeia hermético-recursiva: comunicações produzem comunicações cuja existência somente é possível dentro dessa mesma rede.²⁴

A partir destas disposições gerais da teoria sistêmica e da teoria da sociedade, há que dar-se o passo seguinte para se chegar à teoria dos meios de comunicação para as massas. A função dos *mass media* consiste, sobretudo, em dirigir a autoobservação do sistema da sociedade – com isto não se está indicando nenhum objeto específico, mas a maneira na qual o mundo é cortado mediante a diferença [de] sistema (é dizer sociedade/ambiente). Se trata de uma observação universal, e não uma observação específica de um objeto.²⁵

²³ NAFARRATE, Javier Torres. In Memoriam. In: LUHMANN, Niklas. *La realidad de los medios de masas*. México: Anthropos Editorial, 2000. p. XII: “Comunicación en su forma constitutiva primaria definida como código, como sistemas de diferencias – o como se quiera – no siente, no posee conciencia, no valora, no discrimina; no es ni buena ni mala para el ser humano, es simplemente un suceso ciego.”

²⁴ LUHMANN, Niklas. The autopoiesis of social systems. In: GEYER, Felix; ZOUWEN, Johannes van der (Ed.). *Sociocybernetic paradoxes: observation, control and evolution of self-steering systems*. London: Sage, 1986.

²⁵ LUHMANN, Niklas. *La realidad de los medios de masas*. México: Anthropos, 2000. p. 39: “A partir de estas disposiciones generales de la Teoría de sistemas y de la Teoría de la sociedad, hay que dar el siguiente paso para arribar a la Teoría de los medios de comunicación para las masas. La función de los *mass media* consiste, por sobre todo, en dirigir la auto-observación del sistema de la sociedad – con esto no se está indicando ningún objeto específico, sino la manera en la que el mundo es cortado mediante la diferencia: sistema (es decir: sociedad/entorno). Se trata de una observación universal, y no una observación específica de un objeto.”

Esse avanço da comunicação para os meios de comunicação de massa não significa a observação de um só objeto, mas a demonstração das diferenças existentes no mundo, garantindo “a todos os sistemas funcionais uma aceitação social ampla, e aos indivíduos a garantia de um presente conhecido, do qual possam partir para selecionar um passado específico ou expectativas futuras referidas aos sistemas”.²⁶ Percebe-se, na relação dos meios de massa com o tempo, que a “comunicação resolve em primeiro lugar um problema de tempo, e isto é válido para alguns meios de massa que operam sob pressão de aceleração. O problema é como se chega de uma comunicação a outra”.²⁷ A problemática proposta destaca o questionamento de como é feito o *link* das comunicações. Luhmann responde, dizendo:

Tudo isso seria impossível se dependesse de um consenso prévio, assegurado, e que fosse operativo. Ao contrário: cada comunicação explícita situa a pergunta por sua recepção ou rechaço; por conseguinte coloca o consenso em jogo, com pleno conhecimento de que se pode seguir comunicando através do dissenso.²⁸

Cada comunicação trabalha com um código de recepção ou recusa, colocando o consenso em jogo, para que ela possa ser aceita ou não através da contradição. “Ao parecer, esta aplicação social dos meios de massa serve para entrelaçar permanentemente

²⁶ LUHMANN, Niklas. *La realidad de los medios de masas*. México: Anthropos, 2000. p. 142: “A todos los sistemas funcionales una aceptación social amplia, y a los individuos les garantizan un presente conocido, del cual puedan partir para seleccionar un pasado específico o expectativas futuras referidas a los sistemas”.

²⁷ LUHMANN, Niklas. *La realidad de los medios de masas*. México: Anthropos, 2000. p. 143: “Comunicación resuelve en primer lugar un problema de tiempo, y esto es válido para unos *mass media* que operan bajo presión de aceleramiento. El problema es cómo se llega de una comunicación a la otra.”

²⁸ LUHMANN, Niklas. *La realidad de los medios de masas*. México: Anthropos, 2000. 144: “Todo esto sería imposible si dependiera de un consenso previo, asegurado, y que fuera operativo. Por el contrario: cada comunicación explícita situa la pregunta por su recepción o rechazo; por conseguinte pone el consenso en juego, a sabiendas de que se puede seguir comunicando a través del dissenso.”

o passado com o futuro no marco das altas pretensões de redundância e variedade que exige a sociedade moderna, e que devem registrar de modo temporal.²⁹

Observa-se que, na sociedade moderna, se está lidando com relações de passado/futuro distintas de uma dimensão temporal, que é permitida pela diferenciação e pelas clausuras operativas do sistema, que permitem seu fechamento e acoplamento. Assim, a função dos meios de massa é realizar, na sociedade, uma estrutura de bandas, ou seja, de reprodução e informação:

Estrutura dual entre prosseguimento da autopoiiese viável e uma disposição aberta aos estímulos por parte da cognição. A preferência dos *mass media*, pelo valor de surpresa da informação, que ao ser publicada perde seu valor de informação, torna claro que a função dos meios de massas consiste na permanente produção e processamento dos estímulos – e não da difusão do conhecimento, nem sua socialização, nem a educação orientada a produzir conformidade com as normas.³⁰

Essa estrutura de bandas proposta por Luhmann pode ser entendida como um sistema dual (AM (ondas médias) – FM (frequência modulada), no qual se tem duas bandas que se permite sejam conectadas de acordo com sua frequência. Essa estrutura produz a reprodução permanentemente, por meio do processamento de estímulos, e não sua socialização e educação no sentido de estabelecer uma resignação com relação as normas.

²⁹ LUHMANN, Niklas. *La realidad de los medios de masas*. México: Anthropos, 2000. p. 146: “Al parecer, esta aplicación social de los *mass media* sirve para entrelazar permanentemente el pasado con el futuro en el marco de las altas pretenciones de redundancia y variedad que exige la sociedad moderna, y que se deben registrar en modo temporal.”

³⁰ LUHMANN, Niklas. *La realidad de los medios de masas*. México: Anthropos, 2000. p. 140: “Estructura dual entre prosecución de la autopoiesis viable y una disposición abierta a los estímulos por parte de la cognición. La preferencia de los *mass media*, por el valor de sorpresa de la información, que al ser publicada pierde su valor de información, hace claro que la función de los medios de masas consiste en la permanente producción y procesamiento de las estimulaciones – y no la difusión del conocimiento, ni su socialización, ni la educación orientada a producir conformidad con las normas.”

O fenômeno de autorreprodução só é possível em razão de que “a comunicação somente é levada a efeito ali onde a auto-observação, no ato de entender, distingue entre informação e ato de participar a comunicação. Sem esta distinção, a comunicação seria derrubada e os participantes se veriam constrangidos a perceber apenas comportamentos”.³¹ Essa relação vislumbra a diferença “entre ato de participar da comunicação e informação se ajusta exatamente à exigência de que o prosseguimento da comunicação não reste dependente de que a informação seja total e adequada”.³² Assim, há a exploração do mundo circundante pela comunicação, estabelecendo um patamar de (não)aceitabilidade do entorno.

Por isso, “os meios de massa garantem a todos os sistemas funcionais uma aceitação social ampla, e aos indivíduos é garantido um presente conhecido, do qual possam partir para selecionar um passado específico ou expectativas futuras referidas aos sistemas”.³³ Essa relação propõe a possibilidade de estabelecer expectativas em relação ao futuro, refutadas no próprio sistema, através dos meios de comunicação de massa, desde que haja uma aceitação social, sempre na relação passado/futuro, no sentido de reduzir sua complexidade.

Pode-se entender que esses meios de comunicação possuem um papel fundamental de conexão entre o passado e o futuro e

³¹ LUHMANN, Niklas. *La realidad de los medios de masas*. México: Anthropos, 2000. p. 138: “La comunicación sólo se lleva a efecto allí donde la auto-observación, en el acto de entender, distingue entre información y acto de participar la comunicación. Sin esta distinción, la comunicación se derrumbaría y los participantes se verían constreñidos a percibir tan sólo comportamientos.”

³² LUHMANN, Niklas. *La realidad de los medios de masas*. México: Anthropos, 2000. p. 138: “Entre acto de participar la comunicación e información se ajusta exactamente a la exigencia de que la prosecución de la comunicación no se hace dependiente de que la información sea total y adecuada”.

³³ LUHMANN, Niklas. *La realidad de los medios de masas*. México: Anthropos, 2000. p. 142: “Los medios de masas garantizan a todos los sistemas funcionales una aceptación social ampliada, y a los individuos les garantizan un presente conocido, del cual puedan partir para seleccionar un pasado específico o expectativas futuras referidas a los sistemas.”

que possibilitam a comunicação entre o sistema e o entorno, com isso, gerando informação e, como consequência, a opinião pública. Isso acaba gerando um excedente comunicacional pelo qual a sociedade obriga-se à realização de (auto-)observações e (auto)descrições. Em suma,

a sociedade atual conhece a si própria através dos meios de comunicação de massa. Sua representação e sua operação dão-se sempre no presente. Os meios de comunicação tornam possível essa condição operativa da sociedade. Também tornam visível a simultaneidade de todas as operações que se realizam nos sistemas sociais da sociedade.³⁴

A opinião pública, nesse sentido, é constantemente gerada e reformulada no ritmo em que os meios de comunicação de massa proporcionam. A comunicação é propagada com uma velocidade avassaladora, restando a opinião pública em um contínuo movimento autopoietico. Por isso pode-se compreender que a própria sociedade, sendo rede/sistema autopoietico comunicativo, alimenta os meios de comunicação de massa à constante construção da realidade social, sendo essa realidade refletida *na* opinião pública e *pela* opinião pública.

Pode-se, assim, dizer que todo e qualquer acontecimento comunicativo ocorre na sociedade: apenas o sistema social tem capacidade de distinguir as diversas comunicações mediante codificações próprias (sim/não). A diferenciação sistema/entorno mostra-se de extrema importância à compreensão da opinião pública, eis que toda comunicação, verse ela sobre o sistema, verse sobre o entorno, apenas é passível de existência no âmbito interno do sistema.

Os meios de comunicação operam mediante a distinção informação/não informação. Ao passo que o Direito opera com

³⁴ DE GIORGI, Raffaele. *Direito, democracia e risco: vínculos com o futuro*. Porto Alegre: Safe, 1998. p. 38-39.

conteúdos bifurcados em legal/ilegal, a política mediante a forma governo/oposição, etc. À comunicação interessa apenas aqueles enunciados com conteúdo informativo, pouco importando a legalidade, o valor econômico, a valoração política, o conteúdo educativo, etc. A informação é o elemento constituinte dos meios de comunicação, razão pela qual é projetada a realidade social mediante a possibilidade de observações de segunda ordem a serem operadas via opinião pública.

Precisamente por isso, depreende-se que a sociedade, através dos meios de comunicação, é uma imensa rede geradora de opinião pública: a comunicação constantemente selecionada é, repita-se, causa e efeito da constituição da realidade social. Nesse sentido, todos os meios aptos à propagação da comunicação, como os meios de comunicação de massa, os meios de comunicação simbolicamente generalizados,³⁵ etc. operam distinções diante da rede comunicativa da sociedade, em um constante empenho em observar, descrever, construir e desconstruir a realidade social.

Condição de possibilidade de haver mudança social

A realidade social cotidiana é constantemente (re)construída; vive-se em um momento da história em que o tempo escapa com uma velocidade incrível, e o espaço parece desdobrar-se em um só *locus* global. A pluralidade discursiva, levada adiante em uma pós-modernidade cada vez mais fragmentada e distante de

³⁵ LUHMANN, Niklas. *Poder*. Brasília: Ed. da UnB, 1985. p. 8: “O pressuposto primeiro e mais importante é que os processos de comunicação dirigidos pelos meios inter-relacionam os parceiros, que efetuam ambas operações seletivas próprias, tendo conhecimento simultâneo um do outro. Nós falaremos em Alter e em Ego. Todos os meios de comunicação pressupõem situações sociais com possibilidade de escolha para ambas as partes, situações, pois, com seletividade duplamente contingente. A justamente isto que lhes empresta a função de dirigir os processos de transmissão de seleções, em sua seletividade, do Alter para o Ego. Neste sentido, o problema inicial de todos os meios de comunicação generalizados simbolicamente é idêntico; para o poder vale, por conseguinte, tanto quanto para o amor ou para a verdade. Em todo caso, a comunicação que tem influência cada vez maior se relaciona sempre a um parceiro que deve ser dirigido em suas seleções.”

metanarrativas,³⁶ acabou por problematizando o Estado de forma até então inimaginada. O que antes era simples tornou-se complexo, o subjetivismo cedeu lugar ao descentramento do sujeito, passou-se à relativização do universal e se abandonou a noção de segurança para adentrar nos debates acerca dos riscos.³⁷

Essa problematização trouxe consigo a necessidade de se pensar em algo até então considerado de pouca importância. A sociedade voltou-se à consideração das consequências de decisões, corporificando o risco como fator, ao mesmo tempo, de evolução social e democrática³⁸ e de possibilidade danosa diante de tais decisões.³⁹ Com isso,

a lógica da transformação da opinião pública, em particular sua fixação sobre posições conservadoras ou progressistas, isto é, a favor da troca ou da manutenção

³⁶ Conforme LYOTARD, Jean-François. *A condição pós-moderna*. 6. ed. Rio de Janeiro: J. Olympio, 2000. p. XV, entende-se por pós-modernidade a incredulidade em relação aos metarrelatos. Os grandes discursos enquanto são meios aptos à explicação do homem e da natureza cedem lugar a uma pluralidade de vivências. Igualmente em VATTIMO, Gianni. Posmodernidad: ¿una sociedad transparente? In: VATTIMO, Gianni et al. *En torno a la posmodernidad*. Barcelona: Anthropos, 2003. p. 10, tem-se a compreensão do rompimento de uma história centralizadora, cujos acontecimentos se davam sob sua onipresença. Passa-se de uma história unitária a uma pluralidade de vivências, de histórias concorrentes.

³⁷ ARNAUD, André-Jean. *O direito entre modernidade e globalização: lições de filosofia do Direito e do Estado*. Rio de Janeiro: Renovar, 1999. p. 202-203.

³⁸ ROCHA, Leonel Severo. Direito, complexidade e risco. *Seqüência*, Florianópolis: Fundação Boiteux, n. 28, p. 11, jun. 1994.

³⁹ Sobre o risco das decisões, LUHMANN, Niklas. *Sociología del riesgo*. México: Triana, 1998, onde é explicitado o risco como produto exclusivo de decisões tomadas no sistema social. Toda e qualquer decisão é arriscada, em razão da qual não seria mais possível se falar em segurança ante os constantes riscos, mas se partir para a diferenciação risco/perigo, enquanto são a distinção entre o produto de decisões e os fatores alheios ao processo decisório. Nessa mesma linha, é de ser salientada a contribuição de BECK, Ulrich. *La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós, 2001, na qual o autor delimita as bases para a compreensão de uma sociedade de risco, moldada pelos crescentes avanços tecnológicos, cujos resultados voltam-se à coletividade entendida como possibilidade danosa. Ainda, em DE GIORGI, Raffaele. *Direito, democracia e risco: vínculos com o futuro*. Porto Alegre: Safe, 1998, há a necessidade de a sociedade suportar riscos, ao contrário de supostas certezas quanto ao conteúdo das decisões. Nesse passo, os riscos corporificam-se como produto cujo potencial danoso deve ser assimilado pela sociedade. O risco é uma forma de distribuição dos *bads* e não dos *goods*.

do *status quo* social, não está já à altura desta situação histórica. As questões devem delinear-se de outro modo. Dado que estamos imersos em uma veloz mudança social, é preciso questionar-se se devemos nos adaptar ou não às transformações; ou até que ponto sim e até que ponto não; ou se devemos fazer mais tarde ou mais cedo. Para dizer em outras palavras, se deve deixar que a mudança siga seu curso e adaptar-se depois as suas conseqüências quando a violência dos fatos assim o constrija? Ou há possibilidades de intervenções corretivas oportunas, que ainda assim não podem pretender controlar todo o acontecimento global desde um plano nem estão em condições de justificar-se como progresso?⁴⁰

Assim, “vivemos num mundo de transformações, que afetam quase tudo o que fazemos. [...] Estamos sendo empurrados para uma ordem global que ainda não compreendemos na sua totalidade, mas cujos efeitos já se fazem sentir em nós”.⁴¹ As transformações pelas quais atravessa o Estado e a sociedade não transparecem qualquer possibilidade de controle ou de determinação. Precisamente pelo fato de o sistema social apresentar-se como uma máquina não trivial,⁴² suas operações não podem ser programadas ou determinadas. Com isso, a

⁴⁰ LUHMANN, Niklas. *Teoría política en el Estado de bienestar*. Madri: Alianz, 2002. p. 149: “La lógica de la formación de la opinión pública, en particular su fijación sobre posiciones conservadoras o progresistas, es decir, a favor del cambio o del mantenimiento del *status quo* social, no está ya a la altura de esta situación histórica. Las cuestiones deben plantearse de otro modo. Dado que estamos inmersos en un veloz cambio social, es preciso cuestionarse si debemos adaptarnos o no a las transformaciones; o hasta qué punto sí y hasta qué punto no; o si debemos hacerlo más tarde o más temprano. Por decirlo en otras palabras, ¿se debe dejar que el cambio siga su curso y adaptarse después a sus consecuencias cuando la violencia de los hechos así lo constriña? ¿O hay posibilidades de intervenciones correctivas oportunas, que aún así no pueden pretender controlar todo el hecho global conforme a un plan ni están en condiciones de justificarse como progreso?”

⁴¹ GIDDENS, Anthony. *O mundo na era da globalização*. Lisboa: Presença, 2001. p. 15.

⁴² LUHMANN, Niklas. Novos desenvolvimentos na Teoria dos Sistemas. In: NEVES, Clarissa Eckert Baeta; SAMIOS, Eva Machado Barbosa (Org.). *Niklas Luhmann: a nova Teoria dos Sistemas*. Porto Alegre: Ed. da Universidade; Goethe Institut, 1997.

sociedade caminha ao sabor da autopoiese sistêmica, na contínua (auto)manutenção e (auto)reprodução de suas estruturas. Para Luhmann,

a sociedade em que vivemos se vê sujeita a rápidas e profundas transformações. Estas mudanças não somente afetam as formas nas que se organiza a vida humana. Não somente abarcam o Estado e a economia, as comunidades religiosas, o direito e a educação. Abarcam também o meio natural e os motivos das pessoas e deste modo revertem novamente sobre a sociedade. Não existe nenhuma instância na sociedade capaz de guiar estas transformações em direção a algum resultado global desejado; porém há muitas possibilidades de influenciá-lo.⁴³

Em meio a esse aparente caos, não obstante a impossibilidade no que tange à determinação e/ou ao controle do caminho seguido pelo sistema social, conforme Luhmann, há a possibilidade de influenciar a sociedade para seguir determinado caminho, ainda que o resultado de tal influência possa ser diverso

p. 51: “Por ‘máquina’ entende-se simplesmente funções de transformação, não necessariamente aparelhos mecânicos, mas também cérebros ou cálculos matemáticos. Máquinas triviais transformam, sempre da mesma maneira, inputs em outputs. Se o input é repetido, obtém-se o mesmo output – ou há um erro e a máquina precisa ir para o conserto. Máquinas auto-referenciais, ao contrário, tornam seu output dependente de seu respectivo estado, por exemplo, do estado que decorre das operações recém efetuadas. Elas produzem com os mesmos inputs, dependendo de sua própria situação, resultados completamente diferentes. Máquinas triviais são confiáveis e, conquanto que não defeituosas, operam de forma previsível. Máquinas auto-referenciais não são confiáveis, têm humor instável, são de certa forma máquinas históricas e podem, portanto, ser também criativas. Elas não podem, contudo, ser programadas para a criatividade. Elas não são previsivelmente criativas, mas sim aleatoriamente criativas.”

⁴³ LUHMANN, Niklas. *Teoría política en el Estado de bienestar*. Madrid: Alianza, 2002. p. 147: “La sociedad en que vivimos se ve sujeta a rápidas y profundas transformaciones. Estos cambios no sólo afectan a las formas en las que se organiza la vida humana. No sólo abarcan al Estado y la economía, las comunidades religiosas, el derecho e la educación. Abarcan también al medio natural y a los motivos de las personas y de este modo revierten de nuevo sobre la sociedad. No existe ninguna instancia en la sociedad capaz de guiar estas transformaciones en dirección a algún resultado global deseado; pero hay muchas posibilidades de influenciarlo.”

daquele pretendido, afinal, por se tratar de decisões, o fenômeno da contingência resta sempre presente.⁴⁴ Dessa maneira, a opinião pública, enquanto é espelho da sociedade, é passível de influência, isto é, sua construção deve ser dada de acordo com o que é requerido pelo sistema.

A problemática referente à opinião pública reside, justamente, em sua construção. Luhmann acena para o fato de que a opinião pública se basta como meio de descrição da realidade social, não importando o fundamento das comunicações ou a vontade individual, fato esse que poderia ser interpretado como passividade em face de eventuais manipulações dos meios de comunicação de massa. Sob tal ótica, a opinião pública deve ser compreendida como um dado pronto e acabado, não sendo passível de questionamento ou de eventuais revisões, afinal, ela refletiria a *verdade* da sociedade, possibilitando observações e consequentes descrições com base em seu conteúdo.

Em verdade, a opinião pública reveste-se em um *medium* operado pelos meios de comunicação de massa, todavia esse fato não exclui a possibilidade de influência nos meios de comunicação. É de se destaca a possibilidade de insurgência popular em relação a determinada questão, gerando uma sobrecarga comunicativa que a sociedade deve identificar e absorver, mesmo que, ainda assim, a resposta apresentada pelos sistemas, não necessariamente, corresponda às expectativas populares.

Os meios de comunicação de massa operam constantes distinções informativas; nesse sentido, a opinião pública é moldada ao sabor de interesses por vezes alheios às necessidades da sociedade. A verdade da opinião pública torna-se a verdade da sociedade, não havendo espaço para críticas ou visualização de manipulações. Entretanto, a construção da opinião pública deve ser dada de forma participativa e voltada a formas de descrição mais coesas com a realidade social. Assim, se faz

⁴⁴ LUHMANN, Niklas. *Sociologia do Direito*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1983. p. 45-46. v. I.

necessária a expansão de ambientes democráticos de discussão de modo que haja uma contínua transformação da opinião pública e, conseqüentemente, a constante mutação da sociedade.

Políticas públicas de defesa dos consumidores

Com o advento da Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, o Brasil traz uma das mais avançadas leis de defesa do consumidor, senão a melhor. Em seu art. 4º,⁴⁵ Incs. II e IV, temos a atuação do Estado direta ou indireta, com a criação de órgãos de defesa do consumidor, quer sejam eles estatais, através dos Procons, quer pelo fomento e apoio à criação de Órgãos Não Governamentais, como, por exemplo, o Instituto de Defesa do consumidor (Idec), Balcão do Consumidor – projeto da Faculdade de Direito da Universidade de Passo Fundo.⁴⁶

⁴⁵ Art. 4º. A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: (Redação dada pela Lei 9.008, de 21/3/1995):

II – [...] ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

a) por iniciativa direta; b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas; c) pela presença do Estado no mercado de consumo; d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

IV – [...] educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo; [...].

⁴⁶ O projeto de extensão denominado Balcão do Consumidor, idealizado pelo Professor Dr. Liton Lanes Sobrinho, para sua concretização foi firmado convênio entre a Universidade de Passo Fundo, por intermédio da Faculdade de Direito, a Prefeitura de Passo Fundo (Procon) e o Ministério Público Estadual. O convênio estabeleceu que todo atendimento preliminar encaminhado ao Procon passaria a ser feito por acadêmicos do curso de Direito, com a supervisão de professores. Após a abertura do procedimento no Procon, o consumidor é atendido pelos alunos, que ouvem a demanda e registram as principais informações para, em seguida, manter um contato com o fornecedor buscando uma solução para o conflito. Quando não é possível chegar a um acordo com esse contato, que pode ser por telefone ou através de correspondência, é designada uma audiência extrajudicial, à qual são convocadas para estarem frente a frente todas as partes envolvidas. Chegando-se a uma solução, o caso é encerrado, ao passo que as situações em que isso não é possível, o procedimento é encaminhado ao Procon, para que seja instaurado o processo administrativo. Além disso, o consumidor tem a liberdade de poder ingressar na Justiça, por intermédio de um profissional contratado, ou no Juizado Especial, nas causas com valor de até 40 salários-mínimos, seja feito o processo

A iniciativa do Balcão do Consumidor é uma parceria realizada entre o Município de Passo Fundo/RS o Procon municipal, o Ministério Público Estadual e a Universidade de Passo Fundo, tendo atendido mais de 15 mil pessoas desde sua fundação em 29 de setembro de 2006. Atuando não somente na resolução de conflitos, mas também promovendo a política pública prevista no inciso IV, do artigo 4º do CDC, promovendo a educação para o consumo, através de cartilhas informativas, revista em quadrinhos com o personagem Tchê Consumidor, *flyer's* informativos, DVD com videoaulas, dicas no rádio e na televisão, coluna em jornal de circulação local e realização de seminários e palestras.

Tal exemplo demonstra que é possível promover mudança social através da educação para o consumo, divulgando informações pelos mais diversos meios de comunicação e gerando a formação da opinião pública como forma de condição de possibilidade para a transformação da sociedade de consumo.

Cabe aos consumidores cobrarem de seus gestores a implementação de meios para acriação de órgãos de proteção e defesa do consumidor em seus municípios, fazendo com que isso mude a realidade do consumo e ocorra o respeito aos direitos dos consumidores.

administrativo. Além disso, o consumidor tem a liberdade de poder ingressar na Justiça, por intermédio de um profissional contratado, ou no Juizado Especial, nas causas com valor de até 40 salários-mínimos. PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; SILVA, Rogerio da (Org.). *Balcão do Consumidor*: histórico do movimento consumerista em Passo Fundo. Passo Fundo: Ed. da UPE, 2009. p. 58-59.

Conclusão

Verifica-se que a opinião pública é um dos instrumentos mais poderosos para que se realize a transformação da realidade social, cabendo ao Estado o estabelecimento de políticas públicas criadoras de incentivos à sociedade, para que se criem órgãos de proteção e defesa do consumidor, em termos estatais através da criação de Procons e, na esfera privada, por meio da criação de entidades de proteção e defesa do consumidor.

As universidades têm um papel fundamental na promoção da educação para o consumo, pois são ações como a da Universidade de Passo Fundo, através do projeto Balcão do Consumidor, que estabelecem o elo de transformação da realidade social, através da sua inserção comunitária, levando a educação (para o consumo) aos seus cidadãos.

Referências

- ARNAUD, André-Jean. *O Direito entre modernidade e globalização: lições de filosofia do Direito e do Estado*. Rio de Janeiro: Renovar, 1999.
- BECK, Ulrich. *La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós, 2001.
- CAMPILONGO, Celso Fernandes. *O Direito na sociedade complexa*. São Paulo: M. Limonad, 2000.
- CAPRA, Fritjof. *A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos*. 4. ed. São Paulo: Cultrix, 1999.
- DE GIORGI, Raffaele. *Direito, democracia e risco: vínculos com o futuro*. Porto Alegre: Safe, 1998.
- GARCÍA AMADO, Juan Antonio. *La filosofía del Derecho de Habermas y Luhmann*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 1997. p. 109-114.
- GIDDENS, Anthony. *O mundo na era da globalização*. Lisboa: Presença, 2001.
- HABERMAS, Jürgen. *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: G. Gili, 2002.
- LÉVY, Pierre. *Ciberdemocracia*. Lisboa: Piaget, 2003.
- LUHMANN, Niklas. *Ecological communication*. Chicago: The University of Chicago Press, 1989.
- _____. *La realidad de los medios de masas*. México: Anthropos, 2000.
- _____. *La sociedad de la sociedad*. México: Herder; Universidad Iberoamericana, 2007.
- _____. *Novos desenvolvimentos na Teoria dos Sistemas*. In: NEVES, Clarissa Eckert Baeta; SAMIOS, Eva Machado Barbosa (Org.). *Niklas Luhmann: a nova Teoria dos Sistemas*. Porto Alegre: Ed. da Universidade; Goethe Institut, 1997.
- _____. O conceito de sociedade. In: NEVES, Clarissa Eckert Baeta; SAMIOS, Eva Machado Barbosa (Org.). *Niklas Luhmann: a nova Teoria*

dos Sistemas. Porto Alegre: Ed. da Universidade; Goethe Institut, 1997. p. 80.

_____. *Poder*. Brasília: Ed. da UnB, 1985.

_____. *Sociología del riesgo*. México: Triana, 1998.

_____. *Sociologia do Direito*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1983. v. I.

_____. *Teoría política en el Estado de Bienestar*. Madrid: Alianza, 2002.

_____. *The autopoiesis of social systems*. In: GEYER, Felix; ZOUWEN, Johannes van der (Ed.). *Sociocybernetic paradoxes: observation, control and evolution of self-steering systems*. London: Sage, 1986.

LUHMANN, Niklas; DE GIORGI, Raffaele. *Teoría de la sociedad*. México: Universidad de Guadalajara; Universidad Iberoamericana; Iteso, 1993.

LYOTARD, Jean-François. *A condição pós-moderna*. 6. ed. Rio de Janeiro: J. Olympio, 2000.

MARCONDES FILHO, Ciro. *O escavador de silêncios: formas de construir e de desconstruir sentidos na comunicação: nova teoria da comunicação II*. São Paulo: Paulus, 2004.

_____. *Quem manipula quem?: poder e massas na indústria da cultura e da comunicação no Brasil*. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 1992.

NAFARRATE, Javier Torres. In Memoriam. In: LUHMANN, Niklas. *La realidad de los medios de masas*. México: Anthropos, 2000.

PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; SILVA, Rogerio da. *Balcão do consumidor: histórico do movimento consumerista em Passo Fundo*. (Org.). Passo Fundo: Ed. da UPE, 2009.

PRICE, Vincent. *Opinión pública*. Barcelona: Paidós, 1994.

ROCHA, Leonel Severo. Direito, complexidade e risco. *Seqüência*, Florianópolis: Fundação Boiteux, n. 28, p. 11, jun. 1994.

SARTORI, Giovanni. *Homo Videns: televisão e pós-pensamento*. Bauru: Edusc, 2001.

SAUVY, Alfred. *A opinião pública*. 2. ed. São Paulo: Difel, 1966.

TEUBNER, Gunther. Globalized society: fragmented justice: human rights violations by "private" transnational actors. In: ESCAMILLA, Manuel; SAAVENDRA, Modesto (Ed.). *Law and justice in a global*

society. Granada: International Association for Philosophy of Law and Social Philosophy, 2005.

UNIÃO EUROPEIA. Tratado de Lisboa. Disponível em: <<http://ue.int>>. Acesso em: 2 out. 2011.

As relações de consumo e o amparo principiológico: análise a partir do sistema constitucional contemporâneo

Salete Oro Boff
Guilherme Bortolanza**

Introdução

Atualmente, as relações de consumo são caracterizadas pela sua vasta expansão territorial. O modelo de sistema caracterizado impõe uma verticalidade e uma disparidade nas relações contratuais que ultrapassam as fronteiras da soberania. Nessas relações, observa-se uma incidência de riscos de desproteção de particulares na figura do consumidor. O próprio Código de Defesa do Consumidor (CDC), que visa a proteger a parte hipossuficiente da relação, estabelece uma série de garantias e proteções que, no entanto, estão aquém daquelas necessárias para a real proteção dos direitos do consumidor, ainda mais no que diz respeito aos direitos humanos.

* Pós-Doutora em Direito pela UFSC. Doutora em Direito pela Unisinos. Professora no Programa de Pós-Graduação em Direito – Mestrado e Doutorado da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc). Trabalho vinculado à linha de pesquisa “Políticas Públicas de inclusão social”, projeto “Políticas públicas para a inovação, proteção jurídica da tecnologia e desenvolvimento: em busca do equilíbrio entre a propriedade privada e os interesses difusos”. Professora e Pesquisadora na Faculdade Meridional (IMED) Passo Fundo. Professora e coordenadora do Programa de Pós-Graduação do Instituto de Ensino Superior de Santo Ângelo (Iesa).

** Mestrando em Direito pela Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc), na linha de pesquisa “Constitucionalismo Contemporâneo”. Graduado em Direito pela Universidade de Caxias do Sul (UCS).

Pode-se adotar como premissa que os conflitos da sociedade contemporânea muito se devem ao desenvolvimento tecnológico que estabelece e possibilita uma gama enorme de situações jurídicas que carecem de proteção e de respostas por parte do Direito. Do ponto de vista constitucional, com a diferenciação de regras e princípios, há a possibilidade de proteção e, prioritariamente, o estabelecimento de parâmetros de julgamento em relação aos abusos e às distorções igualitárias de proteção jurídica.

Nesse sentido, funda-se o presente trabalho na necessidade de se interpretar o sistema jurídico-constitucional como uma esfera que interage e se fundamenta nas prerrogativas de proteção dos direitos humanos e que serão a seguir postas em apreço para a elaboração de um método de análise constitucional das relações de consumo.

Relações de consumo¹

A Constituição Federal de 1988 (CF/88) reconheceu a necessidade de criação de um microsistema regulador da proteção e defesa do consumidor, bem como demonstrou preocupação em vários dispositivos com a justiça social, com a função social dos contratos, inclusive, indicando a necessidade de elaboração do CDC (art. 5º, XXXII).

O CDC (1990) veio estabelecer parâmetros na relação de consumo, marcada pela desigualdade e inferioridade (vulnerabilidade) existente entre aqueles que são detentores dos meios de produção e aqueles que adquirem tais produtos ou serviços inseridos no mercado. Passa-se a contar com uma legislação voltada à proteção das relações de consumo, com princípios e base conceitual, prevendo ações governamentais no sentido de proteger efetivamente o consumidor, harmonizando

¹ Sobre a temática, veja-se o texto já publicado BOFF, Salete Oro; BERTON, Wagner de Souza. Relações de consumo no ambiente. In: REIS, Jorge Renato dos; CERQUEIRA, Katia Leão; HERMANY, Ricardo (Org.). *Educação para o consumo*. Curitiba: Multideia, 2011. p. 177-190.

interesses dos participantes da relação de consumo (equilíbrio na relação entre consumidor e fornecedor). Também proibindo e reprimindo os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive, a concorrência desleal e a utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e dos nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores.²

A disciplina do CDC centra-se na regulação da proteção contratual do consumidor, visando à efetiva proteção do consumidor. Ocupa-se da conceituação de *fornecedor*, de *consumidor* e de outras, como forma de identificar e regular as relações de consumo, sobre às quais incidirão as normas consumeristas, protegendo o consumidor e colocando uma estrutura de órgãos a seu serviço. Por consumo entende-se a última fase do produto de industrialização, com a efetiva entrega dos produtos fabricados ou com a prestação de determinado serviço ao consumidor.

As práticas de consumo são padronizadas, *uniformizadas*, massificadas e moldam as relações dos indivíduos, como afirma Bauman.³ O consumo vai além das coisas, isto é, para os *signos*. O signo e a mercadoria juntaram-se para produzir o que é chamado “mercadoria-signo”, ou seja, a incorporação de uma vasta gama de associações imaginárias e simbólicas às mercadorias para torná-las mais atraentes.⁴

Nesse ambiente, as práticas estão voltadas a atrair o consumidor, utilizando as mais atrativas formas, como o uso de imagens para aumentar o contato com a variedade de novidades

² SOUSA, Ulisses César Martins. Proteção ao consumidor no comércio eletrônico. *Revista Magister de Direito Empresarial, Concorrencial e do Consumidor*, n. 12, p. 86-87, dez./jan. 2007.

³ Veja-se BAUDRILLARD, Jean. *A Sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 1991; BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

⁴ BOFF, S. O.; BORTOLANZA, G. Desafios da bioética frente aos avanços da biotecnologia no contexto da sociedade de consumo. In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; HORN, Luiz Fernando Del Río (Org.). *Relações de consumo: globalização*. Caxias dos Sul: Educs, 2010, p. 102, v. 1.

existente. De acordo com Bauman, há um dilema: “é necessário consumir para viver ou se o homem vive para poder consumir”.⁵ A novidade é o que atrai, a sensação do novo, mais do que a satisfação de se ter o bem. “A sedução pelo novo representa o consumidor ideal, uma pessoa que renova frequentemente seu desejo de consumir, movimento fundamental para o mercado.”⁶

O consumo é um direito do cidadão, que se irradia sobre as responsabilidades econômicas, sociais, políticas e ambientais. Vários fatores influenciam na compulsão da satisfação das necessidades configurando o consumismo. Como exemplo, pode-se citar o papel da televisão no impulso ao consumo. Como veículo de informação (em muitos casos, como o principal veículo de comunicação), exerce influência nas opções do consumidor. O consumidor, como observador passivo das mensagens, absorve as novidades do mercado, às vezes, assumindo-as como necessidades primordiais para sua vida. Quando o consumidor não consegue hierarquizar suas demandas, distinguindo desejos de necessidades, entre o *ser* e o *ter*, cria-se o que poderia ser denominado “alienação consumista”, que traz consequências sérias como o endividamento e até o superendividamento.⁷

O endividamento “é um fato inerente à vida na atual sociedade de consumo, faz parte da liberdade das pessoas no mercado de hoje, do ser ‘consumidor’ [...] O endividamento é um fato individual com conseqüências sociais”. O superendividamento configura-se na “impossibilidade global do devedor-pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, de pagar as suas dívidas atuais e futuras de consumo [...] em um tempo razoável com sua capacidade atual de rendas e patrimônio”.⁸

⁵ BAUMAN apud BOFF, S. O.; BORTOLANZA, G. Desafios da Bioética frente aos avanços da biotecnologia no contexto da sociedade de consumo. In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; HORN, Luiz Fernando Del Rio (Org.). *Relações de consumo: globalização*. Caxias dos Sul: EducS, 2010, p. 102, v. 1.

⁶ Idem.

⁷ Recentemente, o Ministério da Justiça publicou a obra *Prevenção e tratamento do superendividamento*. Disponível em: <www.mj.gov.br>. Acesso em: 2 fev. 2011.

⁸ MARQUES, Cláudia Lima; LIMA, Clarissa Costa; BERTONCELLO, Káren. *Prevenção e tratamento do superendividamento. Cadernos de Investigação Científica*. Brasília: DPDC, 2010. p. 19-21.]

Para prevenir e fazer frente a situações extremas, o Estado brasileiro busca desenvolver a chamada “educação para o consumo”, com orientações esclarecedoras sobre direitos e deveres do consumidor nas relações de consumo, juntamente com a regulamentação existente sobre a matéria. Iniciativas estatais são notáveis na área do direito do consumidor, na tentativa de abarcar as mudanças nas relações de consumo, como as relações de consumo impessoais – antes marcadas pela confiança e singularidade –, atualmente afloradas no aumento da desigualdade entre consumidor e fornecedor.

Nota-se que o consumidor precisa ser “educado” para consumir, ou seja, ele deve ter conhecimento acerca dos seus direitos presentes no CDC, e para tanto, necessita-se de políticas públicas tendentes a orientá-lo, bem como facilitar o acesso à defesa de seus direitos. Nesse sentido, em 20 de julho de 2010, passou a vigor no País a Lei Federal 12.291/10, que torna obrigatória a manutenção, em local visível e de fácil acesso ao público, de um exemplar do CDC nos estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços, de autoria do presidente da República. Portanto, nas palavras de Carlini,

a construção dessa nova dimensão do conceito de cidadania, ou seja, a de um consumidor consciente, exigente e mais preparado para reivindicar e usufruir seus direitos, é certamente um caminho eficaz para modificar a sociedade em que vivemos.⁹

⁹Apud ROVER, Aires J.; RAMOS JÚNIOR, Hélio Santiago. *A tutela jurídica do consumidor e a publicidade abusiva em rede*. In: ENCONTRO DA ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING (ESPM): a MÍDIA E O CONSUMIDOR DO FUTURO, 1., 2005, p. 1.

Corroboram outras iniciativas na área de proteção do consumidor como o trabalho realizado pelo Ministério da Justiça. Há uma preocupação para a educação para o consumo. Vários materiais informativos buscam esclarecer os sujeitos da relação de consumo e implementar a cultura do respeito aos direitos do consumidor, como a disponibilização de legislação, cartilhas de orientação, etc. A Escola Nacional de Defesa do Consumidor (ENDC) é uma iniciativa estatal, cujo objetivo é

capacitar, atualizar e especializar os técnicos do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor. Ela tem a função de sustentar de maneira contínua e duradoura os programas de capacitação de agentes e entidades voltadas à defesa do consumidor e, nesse sentido, representa um avanço para a proteção do consumidor no Brasil.¹⁰

A ENDC amplia sua atuação na capacitação, atualização e especialização para que os órgãos de defesa do consumidor possam atuar com eficácia e competência, constituindo-se em

ação de fomento e efetivação da educação em direito do consumidor para o aprimoramento dos atores que realizam a defesa do consumidor. Esta ação tem como fim principal o aprimoramento do atendimento ao cidadão que é o beneficiário e foco principal das atuações dos integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor – SNDC.

Além disso, criou-se uma escola virtual que tem com objetivo “viabilizar o acesso dos técnicos do SNDC aos processos de aprendizagem, independentemente das limitações geográficas, representando uma inovação e ampliação dos instrumentos de capacitação da Escola Nacional de Defesa do Consumidor”,

¹⁰ Disponível em: <www.mj.gov.br>. Acesso em: 2 fev. 2011.

iniciando um “novo paradigma na formação e capacitação permanente de agentes em Defesa do Consumidor, com o objetivo de qualificar e aprimorar as competências dos integrantes do SNDC de forma abrangente.”¹¹

A complexidade das relações de consumo da sociedade e a insuficiência das regras: o papel dos princípios nas relações de consumo

É sabido que as relações de consumo no século passado e no início deste ganharam proporções de massa, ou seja, o alcance das relações de consumo é ditado por um mercado global. Essa perspectiva, por si já seria motivo para um aumento qualitativo e quantitativo das relações de consumo.

No entanto, observa-se um outro fator de grande importância e que aumenta da mesma forma a complexidade das relações de consumo, que é o desenvolvimento tecnológico. Esse, por sua vez, possibilitou diversas formas de aplicação de produtos e serviços aos consumidos que antes não tinham, criando, assim, relações de consumo até então não enfrentadas.

A lei consumerista tem princípios próprios, autônomos, exclusivos e que servem de base para a sua aplicação às relações de consumo. Há, entretanto, princípios que são gerais do Estado Democrático de Direito e que se constituem em diretrizes teóricas, fornecendo os padrões mínimos para a atuação do Estado-juiz na aplicação da lei; o legislador e a elaboração de novas normas, considerados como regras-mestras que não podem ser esquecidas ou violadas por outras leis que regulamentem a mesma matéria.

Resta claro que o atual sistema jurídico está alicerçado na lei, no entanto, está estipulado e é norteado por parâmetros éticos e de valores, caracterizados por princípios. Ao se falar em princípios, logo vem à mente a ideia de proteção da dignidade da pessoa

¹¹ Disponível em: <www.mj.gov.br>. Acesso em: 2 fev. 2011.

humana, sendo que os demais direitos e garantias fundamentais, positivados na Constituição Federal de 1988, visam à sua efetividade como princípio supremo.

O princípio da dignidade da pessoa humana gera inúmeros debates acerca de sua definição, principalmente por parte da filosofia. A maior dificuldade na sua interpretação está na conceituação do que pode ser uma pessoa humana digna. O conceito com maior aceitação nos tempos modernos é ainda o do filósofo Kant, ao afirmar que o homem, com sua racionalidade

existe como um fim em si mesmo, não só como meio para o uso arbitrário desta ou daquela vontade. Pelo contrário, em todas as suas ações, tanto nas que se dirigem a ele mesmo, como nas que se dirigem a outros seres racionais, ele tem de ser considerado simultaneamente como fim. [...] O valor de todos os objetos que possamos adquirir pelas nossas ações é sempre condicional.¹²

Para uma maior compreensão do significado do princípio e da importância que ele atingiu na atual sociedade, vale ressaltar a interpretação trazida por Sarlet:

Construindo sua concepção a partir da natureza racional do ser humano, Kant assinala que a autonomia da vontade, entendida como a faculdade de determinar a si mesmo e agir em conformidade com a representação de certas leis, é um atributo apenas encontrado nos seres racionais, constituindo-se no fundamento da dignidade da natureza humana. [...] Segundo Kant, [...] a qualidade peculiar e insubstituível da pessoa humana, no reino dos fins tudo tem ou um preço ou uma dignidade. Quando uma coisa tem um preço, pode pôr-se em vez dela qualquer outra como equivalente; mas quando uma coisa

¹² KANT, Immanuel. *Fundamentação da metafísica dos costumes*. Trad. de Paulo Quintela. Lisboa: Edição 70, 2000. p. 59.

está acima de todo o preço, e portanto não permite equivalente, então tem ela dignidade.¹³

O autor salienta, ainda, que é justamente no pensamento de Kant que a doutrina jurídica mais expressiva – nacional e alienígena – ainda hoje parece estar identificando as bases de uma fundamentação e, de certa forma, de uma conceituação da dignidade da pessoa humana.

No ordenamento jurídico brasileiro, o princípio da dignidade da pessoa humana só obteve lugar de destaque com a Constituição Federal de 1988, que logo em seu art. 1º, inciso III, dispõe como fundamento da República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, “constitui-se em Estado Democrático de Direito [...] a dignidade da pessoa humana”. Nesse sentido, a observação que deve ser feita é com vistas para o lado de proteção conferida à vida e tendo nesse princípio cerne dessa proteção.¹⁴

Com isso, cabe, agora, em poucas palavras, estabelecer alguns parâmetros de entendimento acerca de normas, regras e princípios, para, posteriormente, fundar a crítica partindo dessa perspectiva.

Pode-se entender com relação às normas, às regras e aos princípios que a primeira é gênero enquanto as demais são espécies. Em outras palavras, regras e princípios fazem parte das normas, “porque ambas dizem o que deve ser”.¹⁵ Por isso, sabe-se que a distinção entre regras e princípios é uma distinção de dois subgrupos das normas. Para a distinção de regras e princípios, o critério com maior aplicação e esclarecimento é o critério da generalidade, ou seja, o grau de generalidade dos princípios é maior do que o das regras.

¹³ SARLET, Ingo Wolfgang. *Dignidade da pessoa humana e direitos fundamentais na Constituição Federal de 1988*. 2. ed. rev. e ampl. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2002. p. 32-34.

¹⁴ SARLET, op. cit, 2002. p. 36.

¹⁵ ALEXY, Robert. *Teoria dos direitos fundamentais*. 2. ed. São Paulo: Malheiros, 2008. p. 87.

Portanto, princípios são “mandamentos de otimização, que são caracterizados por poderem ser satisfeitos em graus variados e pelo fato de que a medida devida de sua satisfação não depende somente das possibilidades fáticas, mas também das possibilidades jurídicas”.¹⁶

Já as regras “são normas que são sempre ou satisfeitas ou não satisfeitas”.¹⁷ Seguem o famoso parâmetro do *tudo* ou *nada*. As regras tendem a se encaixar perfeitamente, ou quase, à situação predeterminada já vislumbrada pelo legislador, não deixando, praticamente, margem para interpretação ao caso concreto. Logo, ou a regra será aplicada ou será afastada por completo.

Com relação aos princípios, poderá haver a ponderação quando existirem dois princípios em colisão, ou seja, o parâmetro da ponderação é completamente diferente do parâmetro do *tudo* ou *nada*, ditado para as regras, pela qual uma delas será afastada. O parâmetro da ponderação, no caso de dois princípios que estão em colisão, será aplicado de forma a ferir o menos possível um princípio em decorrência do outro, mas ambos continuam a ser aplicados.¹⁸

Princípios norteadores das relações de consumo

Como já referido, os princípios são instrumentos de construção do sistema. São ideias fundamentais e informadoras de qualquer organização jurídica, dando organicidade e racionalidade, um sentido de coesão e unidade ao ordenamento jurídico, basilares de qualquer ordenamento jurídico.

A sua relevância tem destaque quando se verifica a existência de inúmeras lacunas nos textos legais e regras jurídicas. Os princípios são indispensáveis para viabilizar a solução de problemas práticos, atuando como verdadeiro norte para os lidadores do Direito.

¹⁶ ALEXY, Robert. *Teoria dos direitos fundamentais*. 2. ed. São Paulo: Malheiros, 2008. p. 90.

¹⁷ *Ibidem*, p. 91.

¹⁸ *Ibidem*, p. 93.

Em situação de ausência de quaisquer outras normas, o Poder Judiciário atuará para desempenhar sua finalidade primeira que é a de resolver conflitos, pacificando a sociedade e o próprio Estado diante da falta de normas específicas de *proteção* do consumidor. Será necessário que, ambos levem em conta as diretrizes contidas nos *princípios* elencados no artigo 4º do CDC. Nenhuma norma infraconstitucional ou nenhuma decisão judicial poderia, em tese, desprezar os princípios ali contidos.

O CDC elenca os princípios gerais de defesa do consumidor, dispostos no artigo 4º, visando a proporcionar o atendimento das necessidades dos consumidores, levando em consideração sua dignidade, saúde e segurança, bem como a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da qualidade de vida, a transparência e a harmonia nas relações entre eles e os fornecedores de produtos ou serviços.

São princípios que balisam as relações de consumo: o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor; a ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor, seja por iniciativa direta, incentivo à criação e desenvolvimento de associações; a presença do Estado no mercado de consumo ou a garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho; a harmonia entre consumidores e fornecedores, ou seja, deve haver um equilíbrio entre a relação empresa/consumidor; a educação para o consumo, a coibição e repressão eficientes de todos os *abusos* praticados no mercado de consumo, inclusive, a concorrência desleal e a utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e dos nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores; e o estudo constante das modificações do mercado de consumo. Trata-se de um princípio ligado à questão do estudo da economia da sociedade, da sua lei de demanda, levando-se em consideração a real necessidade da população por determinado produto ou serviço.

Com isso, verifica-se que a proteção conferida ao consumidor está norteada pelos princípios contidos no CDC, e esses pelos

princípios contidos na Constituição Federal de 1988. Nesse sentido, há de se ressaltar a importância da técnica de ponderação desses princípios e o caso de colisão entre eles. Tal técnica defendida por Alexy é de suma importância e ameniza situações complexas que a sociedade contemporânea com seu desenvolvimento tecnológico e seu mercado global gerou. Por isso a importância dos princípios para o ordenamento jurídico, por preenchem brechas, as quais não encontram respostas no ordenamento em vista de situações antes não constantes no Direito.

Considerações finais

As transformações presenciadas na sociedade contemporânea, muitas em decorrência do desenvolvimento tecnológico e do mercado global, geraram grande impacto no Direito, que, se comparado com o desenvolvimento tecnológico, se desenvolveu e se modifica de maneira mais lenta e gradual. Entretanto, as novas formas dos produtos e serviços não encontram respaldo na legislação pertinente, mais especificamente, no campo das regras, deixando, assim, um vasto campo para interpretação e, por consequência, de desproteção por parte do consumidor.

Com isso, a consequência pragmática mais visível dessas transformações é “a ampliação, quantitativa e qualitativa, do espaço reservado à interpretação jurídica e ao intérprete. Trata-se não só de mais espaço, mas também de um espaço novo, diverso do ocupado até então”.¹⁹

Com efeito, o campo das regras, por si não garante a completude das relações de consumo cada vez mais complexas no século XXI. Isso acaba por aumentar a importância de princípios constitucionais que tendam a completar partes da legislação que carecem de respaldo jurídico. Essa constatação

¹⁹ BARCELOS, Ana Paula de. *A nova interpretação constitucional: alguns parâmetros normativos para a ponderação constitucional*. In: BARROSO, Luís Roberto. *A nova interpretação constitucional: ponderação, direitos fundamentais e relações privadas*. 2. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Renovar, 2006. p. 50.

deriva de crítica de que as regras, assim estabelecidas, não conseguem alcançar todas as possíveis relações jurídicas advindas de produtos e serviços que surgiram no século passado e no início deste, necessitando e exigindo do intérprete das normas ainda maior acuidade e observância dos princípios constitucionais, supraconstitucionais (pois se trata de uma mercado global que observa tratados e relações comerciais entre países) e infraconstitucionais que visam à proteção do consumidor nas relações jurídicas internas.

Referências

ALEXY, Robert. *Teoria dos direitos fundamentais*. 2. ed. São Paulo: Malheiros, 2008.

BARCELOS, Ana Paula de. *A nova interpretação constitucional: alguns parâmetros normativos para a ponderação constitucional*. In: BARROSO, Luís Roberto. *A nova interpretação constitucional: ponderação, direitos fundamentais e relações privadas*. 2. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Renovar, 2006. p. 50.

BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 1991.

BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

BOFF, S. O. ; BORTOLANZA, G. Desafios da bioética frente aos avanços da biotecnologia no contexto da sociedade de consumo. In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; HORN, Luiz Fernando Del Rio (Org.). *Relações de consumo: globalização*. Caxias dos Sul: Educs, 2010, p. 102, v. 1.

_____; BERTON, Wagner de Souza. Relações de consumo no ambiente. In: REIS, Jorge Renato dos; CERQUEIRA, Katia Leão; HERMANY, Ricardo (Org.). *Educação para o consumo*. Curitiba: Multideia, 2011. p. 177-190.

COELHO, Fábio Ulhoa. O crédito ao consumidor e a estabilização da economia. *Revista da Escola Paulista de Magistratura*, v. 1, n. 96, set./dez. 1996.

KANT, Immanuel. *Fundamentação da metafísica dos costumes*. Trad. de Paulo Quintela. Lisboa: Edição 70, 2000.

MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 4. ed. rev. atual. e amp. São Paulo: RT, 2002.

_____; LIMA, Clarissa Costa; BERTONCELLO, Káren. Prevenção e tratamento do superendividamento. *Cadernos de Investigação Científica*, Brasília: DPDC, p. 19-21, 2010.

NUNES, *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. São Paulo: Saraiva, 2000.

MINISTÉRIO da Justiça. *Prevenção e tratamento do superendividamento*. Disponível em: <www.mj.gov.br>. Acesso em: 2 fev. 2011.

In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; HORN, Luiz Fernando Del Rio (Org.). *Relações de consumo: globalização*. Caxias dos Sul: Educus, 2010, p. 102, v. 1.

REIS, Jorge Renato dos; FISCHER, Eduardo Ferreira. Hermenêutica para vinculação dos particulares a direitos fundamentais. In: REIS, Jorge Renato dos; LEAL, Rogério Gesta (Org.). *Direitos sociais e políticas públicas: desafios contemporâneos*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2004. t. 4.

ROVER, Aires J.; RAMOS JÚNIOR, Hélio Santiago. *A tutela jurídica do consumidor e a publicidade abusiva em rede*. In: ENCONTRO DA ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING (ESPM): a MÍDIA E O CONSUMIDOR DO FUTURO, 1., 2005, p. 1.

SARLET, Ingo Wolfgang. *Dignidade da pessoa humana e direitos fundamentais na Constituição Federal de 1988*. 2. ed. rev. e ampl. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2002.

SOUSA, Ulisses César Martins. Proteção ao consumidor no comércio eletrônico. *Revista Magister de Direito Empresarial, Concorrencial e do Consumidor*, n. 12, p. 86-87, dez./jan. 2007.

A ética humanista aplicada à relação escravagista homem e animais combinada com os princípios do direito do consumidor

Luiz Fernando Del Rio Horn*

Introdução

Em tempos de produção sistemática, de distribuição global e de consumo estatístico, constitui prática predominante entre os adquirentes de produtos e serviços o total ou parcial desinteresse pela origem e utilização dos componentes que vão integrar os bens advindos do processo produtivo de consumo.

A conduta comum reveste-se de maior condenação quando o produto ou serviço em questão espelha o alimento que nos serve de sustentação diária, pois disso pode resultar acidentes de consumo de maior gravidade, com previsão de reparação material e/ou moral na linha da escrita legal vigente.

Obras que tratam da responsabilidade decorrente de acidentes são tema da boa doutrina,¹ inclusive aquelas com especificidade

* Mestre em Direito pela Universidade de Caxias do Sul (UCS). Pesquisador integrante do grupo de pesquisa “Metamorfose Jurídica”, certificado pela UCS e inserido no Diretório de Grupos de Pesquisa do CNPq. Pesquisador-líder no Núcleo de Pesquisas, Estudos e Educação atrelado ao Procon/Caxias do Sul. Assessor Técnico Jurídico do Procon/Caxias do Sul e também professor na UCS.

¹ Dentre os autores que merecem destaque estão: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe. *Responsabilidade civil por danos ao consumidor causados por defeitos dos produtos: a teoria*

no que tange a alimentos e problemas de consumo advindos,² a compor o quadro de normas aplicáveis ao caso.

Apropriado, no entanto, é observar o consumo de alimentos sob um ângulo maior: a partir da informação, porém distante do que concerne à composição, embalagem, procedência, validade e, assim por diante, mas relativo ao processo produtivo de consumo em si, não apenas restrito aos alimentos, mas condizente com todos os produtos advindos dos animais dos quais o homem se vale para as coisas do cotidiano.

Há milênios, o homem se utiliza dos demais animais para seu sustento e proveito, emergindo relações que extrapolam a simples coisificação daqueles conforme a linha de pensamento. Fundamental, nesse ponto, é fazer perceber os animais sob o ponto de vista cambiante do homem no tempo, ainda que de forma sumária, com uma conotação utilitária, de modo a ressaltar o tipo de relação ecológica existente.

Não menos importante é fazer essa inserção da concepção de animais no repassar histórico, até nos depararmos com um pensamento filosófico moral atual, para o que o humanismo nos serve com primazia, forçando uma singela revisão dos conceitos-base deste, a finalizar tal abordagem humanística sob a ótica do Direito.

Apontar a industrialização massificada a que foram acometidos os animais se mostra como tarefa reveladora do tratamento despendido aos domésticos inseridos no processo

da ação social e do direito do consumidor. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2003; PUSCHEL, Flavia Portella. *A responsabilidade por fato do produto no CDC: acidentes de consumo*. São Paulo: Quartier Latin, 2006; SANSEVERINO, Paulo de Tarso Vieira. *Responsabilidade civil no código do consumidor e a defesa do fornecedor*. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2007.

² Ao menos três obras especializadas merecem atenção: ANDRIOLI, Antônio Inácio; FUCHS, Richard. *Transgênicos: as sementes do mal: a silenciosa contaminação de solos e alimentos*. 1. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2008; PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe. *Responsabilidade civil do fornecedor de alimentos: manipulação química e modificação genética*. Curitiba: Juruá, 2009; VIEIRA, Adriana Carvalho Pinto; VIEIRA JÚNIOR, Pedro Abel. *Direitos dos consumidores e produtos transgênicos: uma questão polêmica para a bioética e o biodireito*. Curitiba: Juruá, 2008.

produtivo de consumo. De igual forma, necessário é demonstrar os riscos que cercam os animais selvagens nos mais diversos ecossistemas.

Vamos mais além: estudar a legislação nos planos internacional e da Pátria atual concernente aos animais e à sua classificação de modo a descrever as características daqueles a partir da modernidade e das consequências práticas aos animais, de modo a contrastar com o plano fático antes descrito.

Denotar as forças vivas da sociedade civil que planificam posturas distintas de condutas diárias do homem para com os demais animais é pertinente em razão da necessidade da responsabilidade do eterno repensar ético. São os movimentos de proteção e defesa dos animais, revelados no seu ideário-cerne, os quais expressam ao menos uma vertente da humanística.

Dessas abordagens pode-se, então, avançar primeiramente sobre o princípio consumerista da informação, norma arrolada no art. 6º, inciso III, do Código de Proteção e Defesa do Consumidor (CDC), dele a surgir alguns questionamentos: referido princípio englobaria revelar o processo produtivo daquele bem a envolver um animal? Interessaria à comunidade de consumidores fazer tal revelação? Uma vez ciente o consumidor, com base nas colocações dos demais tópicos ainda a serem enfrentados, se poderia afirmar uma indiferença deste, ou, ao contrário, sua repulsa por certas práticas? E mais, caso ciente e irresignado, o consumidor deteria força suficiente para remodelar o processo produto de consumo?

Respostas a essas indagações motivam a revisão de outros princípios consumeristas, então cruciais para o nosso tema, já que a própria pesquisa revelada é indicativa da incompletude do princípio da informação na concepção concebida dentro do Direito.

Independentemente das constatações finais, tudo indica que a simples abordagem desse assunto (concernente ao tratamento dos animais, bem como à sua problematização), logra quebrar certo silêncio no meio acadêmico-jurídico quando se trata dos

princípios consumeristas ora revisados e adjetivados de outras áreas do conhecimento. É o que faremos a seguir.

Os animais no contanto humano

Lastrado em uma abordagem pragmática-sistêmica autopoietica e luhmanniana, vamos discorrer, neste primeiro item – assim como nos demais – de forma transdisciplinar, aqui a transitar pela história, geografia e biologia, onde, e por excelência, Diamond³ detém obra incrível, da qual vamos nos socorrer com frequência.

Desconsiderando as relações entre o proto-homem e os demais animais, adotamos como ponto de partida a data de 40 mil anos atrás, período em que esqueletos do homem moderno são registrados, a representar os seres humanos da atualidade, tanto sob o aspecto biológico como sob o comportamental.

Esses homens pré-históricos, inicialmente restritos a África e depois a partes da Eurásia, buscavam alimento e outros recursos nos animais que faziam parte da fauna da época, ou seja, eram predadores, inclusive de grandes animais.⁴

A coexistência relativa entre o homem pré-histórico e os grandes mamíferos nesses continentes, nas partes em que era habitado, resultou na sobrevivência da maior parte desses em razão do longo tempo de desenvolvimento das técnicas de caça pelo proto-homem e, por sua vez, dos sentimentos de respeito ou temor pelos animais para com o homem em evolução.⁵

No entanto, nas demais regiões continentais, objeto de posteriores expansões geográficas pelo homem, os grandes mamíferos – também chamadas *megafauna* – sofreram extermínio indireto, ou seja, desapareceram pela caça direta ou pela modificação do *habitat* natural do animal em razão da presença humana.

³ DIAMOND, Jared M. *Armas, germes e aço: os destinos das sociedades humanas*. Trad. de Sílvia de Souza Costa. 13. ed. Rio de Janeiro: Record, 2011.

⁴ Idem, p. 42.

⁵ Idem, p. 42.

Por volta de 30 mil anos atrás, a megafauna da Austrália e da Nova Guiné encontrou seu fim. A própria Eurásia, nas suas partes mais frias, então dominadas pelo homem, a megafauna local teve fim por volta de 20 mil anos atrás. E, por fim, nas Américas tivemos idêntico resultado entre 17 mil e 12 mil anos atrás, ou há 11 mil anos conforme a fonte.⁶

Essas regiões detinham inúmeros animais mamíferos de grande porte. Na Austrália, por exemplo, existiam gangurus gigantes – diprotodontes – equivalentes a uma vaca e muitos outros. Nas partes frias da Eurásia, a extinção do mamute e do rinoceronte lanudos, provavelmente, pode ser atribuída ao homem. Nas Américas antigas, havia manadas de cavalos e elefantes, seus predadores leões e leopardos, com camelos e preguiças gigantes.⁷

É a tese do extermínio, praticado pelo homem de forma não intencional, que se estendeu para além da pré-história. Nesse sentido, temos novas vítimas por excelência, como a ave chamada dodô, das ilhas Maurício, na época das grandes navegações. Antes, cronologicamente, temos a extinção dos pássaros sem asas da Nova Zelândia, do grande ganso do Haváí ou dos mamíferos gigantes de Madagascar. Ideia de extermínio, diga-se, não aceita pacificamente no meio acadêmico.⁸

O fato é que esses animais extintos, acredita-se, pela ação do homem, tiveram um papel fundamental para a expansão geográfica, seja como alimento, seja como fonte de instrumentos rudimentares ou de recursos para proteção das intempéries.

Outros animais, no entanto, detiveram e detêm função destacada para o homem: são os domésticos de todo tipo. Nessa categoria, precisamente de grande porte, temos desde o cachorro por volta de 10 mil anos a.C., até a ovelha, a cabra, o porco, a

⁶ Ibidem, p. 42-46.

⁷ Idem.

⁸ Idem. Há uma tese, em contraponto, que defende a ideia de que a extinção desses animais encontrou motivação em decorrência de mudanças climáticas ocorridas.

vaca, o cavalo, o burro, o búfalo-da-índia, a lhama e a alpaca, até o camelo e o dromedário em 2.500 a.C.⁹

São domésticos porque criados em cativeiro, fator distinto de seus antecessores, a sofrer controle de procriação, seleção e alimentação, com respostas evolutivas a essa combinação. Enquadramento que se estende, por exemplo, a aves, gatos, coelhos, raposas, visons, chichilas e hamsters, até mesmo abelha e bicho-da-seda, ratos e camundongos.¹⁰

A domesticação constituiu-se como fator fundamental para o homem pré-histórico, principalmente quando já estava organizado em grandes cidades, o que passa a ocorrer por volta de 15 mil a 5 mil anos atrás, dependendo do conceito de cidade e da característica inerente de entidade político-administrativa urbanizada que é.¹¹

Para o homem histórico não é diferente. Os animais domésticos fornecem alimentos e derivados, fertilizantes, couros, lã, seda, etc. Servem de transporte terrestre, tração, para uso militar e, principalmente, servem para fins agrícolas e pecuários no arado ou no carro de transporte.

Credita-se ao homem, ao longo dos milhares de anos, a tentativa geral de domesticação dos demais animais, mas sem sucesso. Dos grandes mamíferos, a exemplificar, apenas 14 encontraram esse resultado, mas proporcionaram uma revolução nas diversas civilizações que se valeram desse diferencial, sendo um fator trágico para os demais povos desmunidos dessa convivência.¹²

Mas a relação entre o homem e os animais domésticos, incluindo os de estimação ou próximos das concentrações humanas, teve seu preço. Estes últimos possuíam germes que sofreram mutação no decorrer do convívio com o homem da

⁹ DIAMOND, op. cit., p. 41.

¹⁰ Ibidem, p. 158-159, 166.

¹¹ BARROS, José D'Assunção. *Cidade e história*. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 108.

¹² DIAMOND, op. cit., p. 168.

Eurásia, sendo que alguns, dentre os muitos agentes patológicos, originalmente pertencentes aos animais, lograram a transmissão ao homem.¹³

Essa transmissão paulatina de novos germes ao homem (habitante da Eurásia) não se fez notar em demasia enquanto grandes multidões eram pífiyas. Todavia, e com as sempre crescentes aglomerações urbanas, novas doenças assumiram um papel destacado na mortalidade humana. Inclui-se o sarampo, a tuberculose, a peste bubônica, o cólera, a febre amarela, a varíola, a gripe, a coqueluche, a febre terçã maligna, a caxumba, a lepra, a poliomielite epidêmica e até mesmo a Aids mais recentemente.¹⁴

Grandes pandemias foram registradas no decorrer da história, com destaque para a chamadas peste negra e gripe espanhola, a primeira que ocorreu no medievo, e a segunda, no fim da Primeira Guerra Mundial.¹⁵

Esses germes, que tiveram surtos explosivos de aparição graças ao sedentarismo, à prática agrícola, às rotas de comércio e à ausência sanitária nas cidades, foram a desgraça dos povos intocados. Os nativos das Américas, das ilhas do Pacífico, os aborígines australianos, dentre outros, sofreram extermínio decorrente da ausência de defesas naturais não desenvolvidas devido à ausência de domesticação de animais.¹⁶

Os animais domésticos influíram sem igual no processo histórico mundial, colaborando para moldar o mundo em que vivemos hoje.

No aspecto puramente biológico, as relações do homem com os demais animais são múltiplas. Compreendem as relações interespecíficas, ou seja, de espécies diferentes, nas formações harmônicas – a favorecer a ambas – e desarmônicas.¹⁷

¹³ DIAMOND, op. cit, p. 209, 214.

¹⁴ Ibidem, p. 196, 205, 207.

¹⁵ Ibidem, p. 202.

¹⁶ Ibidem, p. 205, 213.

¹⁷ ODUM, Eugene P.; BARRETT, Gary W. *Fundamentos da ecologia*. 1. ed. São Paulo: Ed. Cengage Learning, 2007. p. 282-305.

Os proto-humanos e humanos já estiveram perfeitamente enquadrados na Protocooperação, típica relação harmônica, em que as duas espécies envolvidas são favorecidas, apesar do modo independente de vida. É o caso da dispersão de sementes de plantas mediante ingestão de frutas por humanos.¹⁸

Já o Predatismo, espécie de relação desarmônica, figurou, ao lado da coleta, como o grande fator de manutenção dos humanos modernos na sua fase pré-histórica até alguns milênios atrás, quando a atividade da agricultura viria a substituir, definitivamente, as práticas anteriores de obtenção de subsídios de vida.¹⁹

Contudo é na Sinfilia ou também no chamado Esclavagismo que o homem da atualidade, ao menos desde a consolidação das atividades de agricultura e pecuária, encontra manutenção em larga escala. Constitui uma relação desarmônica, na qual um aproveita do outro seus trabalhos e produtos, sendo que toda a domesticação realizada pelo homem encontra aqui enquadramento.²⁰ Arrisco a dizer que a relação *pet*, muito embora detenha outra conotação nos dias atuais, também se enquadraria no Esclavagismo, afinal, e como se denota na sua origem e no resultado final, visa ao bem-estar do homem.²¹⁻²²

Por fim, o homem ainda pratica a Competição Interespecífica, também relação desarmônica, em inúmeros exemplos como o dos africanos que matam leões que atacam seu gado vacum domesticado ou das tribos evenques da Sibéria que matam lobos que caçam renas, fonte de alimentos e utensílios.

¹⁸ ODUM, op. cit., p. 282-305.

¹⁹ Idem.

²⁰ Idem.

²¹ A expressão anglo-saxônica *Pet Therapy* consiste no emprego terapêutico de animais em muitas formas de patologias humanas do comportamento a contar de 1700 d.C.

²² MORTARUOLO, I. A *Pet Therapy*: aspectos gerais e específicas considerações sobre a utilização de aves. *Atualidades Ornitológicas*, Itália, n. 80, nov./dez. 1997.

Com essa descrição especialíssima da relação do homem com os demais animais, o foco passa ao imaginário humano, nosso próximo tópico.

Os animais no imaginário humano

Há inúmeras manifestações do homem no seu processo histórico, no sentido de tentar controlar ou obter respostas relativas ao seu meio. As religiões, ou práticas sacerdotais antigas, os mitos, os calendários antigos e, inclusive, a arte, possuíam esse condão.

A arte rupestre, datada pelo menos de 40 mil anos atrás, feita em rochas de cavernas pelo homem *cro-magnon*, ser moderno para fins biológicos e culturais, impressiona qualquer observador com seus retratos de animais da época, como bois, cavalos, bisões, cervos, entre tantos outros.²³

As cenas de animais, muitas vezes em tamanho natural, como na caverna Lascaux, no sudoeste da França, ou na caverna de Altamira, na Espanha, demonstram a determinação daqueles autores pré-históricos de fazer a mais fiel imitação da natureza.

É claro que, independentemente do objetivo desses trabalhos, seja para fins ritualísticos, seja apenas como simples expressão da arte,²⁴ o fato é que o resultado é a existência de verdadeiros museus a conterem testemunhos da vida do homem. E mais, ganham em destaque a representação de animais, nas quais a figura humana era raramente retratada.²⁵

²³ DIAMOND, op. cit., p. 39.

²⁴ Não é pacífica a questão da arte rupestre. Para muitos estudiosos, a linha de justificação da existência desses trabalhos encontra resposta na conotação mágica para seus artistas. Como contraponto, temos outra linha de pensamento que prefere a classificação como apenas arte, ou seja, a vontade dos autores seria a pura expressão artística desvinculada das referências anteriores.

²⁵ CRUZ, Domingos J. da. *Dólmen de Antelas: um sepulcro-templo do Neolítico final. Estudos Pré-históricos*, Viseu, n. 3, p. 263-264, 1995.

Isso só pode indicar a relevância dos animais para o homem pré-histórico, então caçador e coletor, como fonte de alimento e demais recursos. Os animais, em que pese o perigo inerente à caça, constituíam o meio circundante no qual inserido estava o homem.

Avançando no tempo, precisamente na civilização grega antiga, Aristóteles ocupou-se do desenvolvimento de uma etiologia e psicologia para os animais, no seu livro *História dos animais*, trabalho zoológico de anatomia comparada, com o intuito de desenvolver um estudo de causas. Em outros dizeres, esse tratado, então objeto essencial da biologia, era uma dentre outras condições mínimas de conhecimento factuais para que qualquer filósofo pudesse se acercar do conhecimento causal que o conduzisse à mais próxima explicação da realidade.²⁶

A finalidade dos animais, portanto, em que pese a unidade analógica das coisas para Aristóteles, não lograva ultrapassar em muito a visão utilitarista dominante na época. Nessa ótica, temos o trabalho do compilador romano Élien, datado do século III, equivalente a uma enciclopédia animal, porém sem o significado biológico.²⁷

Ainda com esse intuito, no fim do século XV, com as viagens de descobrimento, novos animais surgem para despertar a curiosidade humana, havendo simples retratação, de forma descritiva, tipicamente de um ser animado.²⁸

Em meados do século XVIII, havia dois estilos que retratavam os animais. O espírito neoclássico irrompe, com a clara preocupação do retorno à arte simples e digna da Grécia clássica,

²⁶ ZINGANO, Marco. Aristóteles zoólogo. *Scientific American apresenta gênios da ciência*: Aristóteles, o pai de todas as ciências, São Paulo: Duetto, p. 60, 2006.

²⁷ Idem.

²⁸ ALBUQUERQUE, Carlos. *Arte & arquitetura: a relação entre o homem e o animal mostrada pela arte*. Disponível em: <<http://www.dw-world.de/dw/article/0,,2419481,00.html>>. Acesso em: 12 set. 2011.

o que faz com que perdue a reprodução dos animais com foco simplesmente anatômico.²⁹ Por outro lado, uma série de desenhos produzidos também em meados do mesmo século, passa a denunciar os maus-tratos impostos aos animais, germe de uma concepção maior de animal a emergir mais à frente.³⁰

Ainda no fim do século XV, após a inserção dos primeiros zoológicos no cotidiano das pessoas, ocorre o rompimento com os clássicos, cuja representação das emoções dos animais passa a ser o principal motivo para muitos artistas românticos.³¹

Com o predomínio, em muitos campos, da Teoria da Evolução de Charles R. Darwin, de 1858, cada vez mais se vislumbrou a igualdade entre o ser humano e os demais animais, com o que parte da arte daquele tempo se ocupa, como ocorre com Wilhelm Trübner e sua pintura *César no Rubicão*, conferindo uma expressão individual ao cão.³²

Na atualidade, a contar do século XIX, permanece uma corrente de artistas dedicados à observação e reprodução dos animais, em paralelo com outra, em que o animal é retratado de forma abstrata e com finalidade espiritual.³³

Posições artísticas, entretanto, que não mais distinguem o animal perverso, mesmo de má-índole para suas práticas de sobrevivência diária, como o simples ato da caça. Ao contrário, é frequente a invocação dos animais como referências ao baluarte do humanismo, seja secular, seja de linha logosófica.³⁴

Essa última forma de pensamento recente, então chamada humanista-logosófica, enquadra-se como uma filosofia moral em que outros tipos de humanismo encontraram ou encontram

²⁹ HODGE, A. N. *A história da arte: da pintura de Giotto aos dias de hoje*. Belo Horizonte: Cedec, 2009. p. 82.

³⁰ ALBUQUERQUE, op. cit.

³¹ ALBUQUERQUE, op. cit.

³² Idem.

³³ Idem.

³⁴ PECOTCHE, Carlos Bernardo González. *O mecanismo da vida consciente*. Rev. da trad. de José Dalmy Silva Gama. 14. ed. São Paulo: Logosófica, 2007. p. 105.

vigência,³⁵ mas com uma característica própria fundada na excelência da condição humana. A secular, por sua vez, de cerne mais racionalista e empirista, detém uma preocupação ética, a afirmar a dignidade do ser humano.³⁶

Ambas, no entanto, preconizam um “processo de reconhecimento e de promoção de valores humanos enquanto princípios, saberes, práticas e relações, na dimensão histórica do passado e do presente”,³⁷ a culminar, por exemplo, no repúdio de toda e qualquer forma de violência.³⁸

Nesse ponto específico, dá-se ênfase ao animal, doméstico ou selvagem, para dizer que, no imaginário humano contemporâneo, qualquer ato de desrespeito, de maus-tratos, enfim, ação ou omissão do homem para com aqueles passa por um processo de condenação em escala global, porém de intensidade variável conforme o local, os costumes, a religião e as práticas de utilização.

É o que veremos a seguir.

Os animais na modernidade e/ou na contemporaneidade

As modificações no tipo e na escala de produção tem sua origem primeira na permuta entre medievais corporações e manufaturas e primeiras fábricas e a nova ordem na divisão do trabalho. A tecnologia a vapor no século XVIII permitiu a mecanização dessas fábricas, que impulsionaram os setores têxtil, metalúrgico e também o agrícola.³⁹

³⁵ Apenas para ilustrar: humanismo renascentista, marxista, secular, religioso, positivista comtiano e logosófico, em lista não excludente.

³⁶ PAVIANI, Jayme. Humanismo latino na história e na cultura brasileira. In: _____. *A influência do Humanismo Latino na História e na Cultura Latino-americana*. 1999. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE ESTUDOS. 1999, São Paulo. *Anais...* São Paulo: *Fondazione Cassamarca*, 1999. p. 14-15.

³⁷ WOLKMER, Antônio Carlos (Org.). *Humanismo e cultura jurídica no Brasil*. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2003. p. 19.

³⁸ CAPORALE, Rocco. Algumas reflexões críticas sobre o conceito de humanismo. In: PAVIANI, J.; DAL RI JÚNIOR, A. *Globalização e humanismo latino*. Porto Alegre: EDIPUCRS/Cassamarca, 2000. p. 20.

³⁹ ARANHA, Maria Lúcia de Arruda; MARTINS, Maria Helena Pires. *Filosofando: introdução à filosofia*. 3. ed. rev. São Paulo: Moderna, 2003. p. 38.

São dessas fábricas e de suas condições à época, que surge a primeira imagem estereotipada que acomete boa parte da coletividade vigente, a espelhar uma imagem mental padronizada, demasiadamente simplificada.

O industrialismo encontra outras fases de reinvenção, refletidas, principalmente, no fordismo e no taylorismo. Este, com base na obra *Princípios de administração científica* do fim do século XIX, repensou a produção para obter o máximo resultado, com a utilização máxima da máquina, em prol de um resultado em massa. Aquele trouxe, para o início do século XX, a definitiva dicotomia concepção/execução do trabalho, ou seja, o trabalho parcelado dentro de um processo de produção maior.⁴⁰

Tais concepções de produção alcançam a atividade pecuária em meados do século XX, sendo que a criação de aves, a bovina e a suína ganharam fôlego diante dos avanços tecnológicos no que tange à alimentação e à imunidade dos rebanhos ante as vacinas.⁴¹

Entretanto, e principalmente a partir de então, tais animais domésticos passaram a sofrer tratamento demasiado distante das concepções humanísticas antes citadas, em práticas de produção, envolvendo padecimento constante.⁴²

Os exemplos são abundantes: galinhas poedeiras são submetidas a um confinamento de 30cm por 21cm, que, sem espaço para movimentos, têm seus bicos cortados para evitar brigas; frangos de corte ficam adstritos à razão de 17 aves por metro quadrado, sem extensão para andar ou simplesmente bater as asas; gansos sofrem alimentação à força para que seu fígado aumente dez vezes seu tamanho padrão, para gerar o *patê de foie gras*; bezerras, chamados vitelos, são segregados das mães logo após o nascimento e imobilizados em cubículos para preservação da carne que permanece extremamente macia; bois, que deveriam

⁴⁰ Ibidem, p. 39.

⁴¹ SALVADOR, Alexandre; MELO, Carolina. Abaixo a crueldade humana. *Veja*, São Paulo: Abril, p. 125, 2010.

⁴² Idem.

sofrer tiros pneumáticos antes do abate para fins sedativos, sofrem marretadas na frente de outros da mesma espécie; suínos fêmeas gestantes são colocadas em cercados de 2m por 60cm, permitindo-lhes apenas que se deite sem mudança de posição para evitar a perda das crias, entre outros procedimentos.⁴³

No que se refere às práticas culturais, temos outro rol distinto. São ovelhas degoladas sem intervenção prévia para fins sedativos, tudo para atender ao culto muçulmano; tradição chinesa proveniente de curandeiros que extraem do fígado de ursos vivos sua bile, indiferentes à dor.⁴⁴

Não menos impactante, a morte de elefantes para extração apenas do marfim para confecção de peças decorativas; touradas nos países hispânicos; extração dos chifres de rinocerontes atendendo uma crendice popular de fins medicinais; partes de tigres caçados para intenção afrodisíaca; massacre anual de golfinhos em Taiji, cidade litorânea do Japão; matança anual das baleias piloto nas Ilhas Faroé, pertencentes à Dinamarca;⁴⁵ e outras situações de conhecimento notório, envolvendo o uso de animais para fins experimentais.

Não menos agressivas são as práticas indiretas de extermínio para com os animais selvagens em razão do desequilíbrio dos ecossistemas pelo homem.

É prática comum pelo homem da introdução de elementos estranhos em ecossistemas, como também a privação de elementos essenciais aos ecossistemas, de modo a impedir a manutenção destes, em impactos ambientais que geram desequilíbrios no fluxo contínuo de energia e matéria. Os animais sofrem pela perda do *habitat* ou pela perda da constância climática e alteração da flora que o abriga, e assim por diante. Os atos de preservação de

⁴³ SALVADOR; MELO, op. cit., p. 125-128.

⁴⁴ Idem.

⁴⁵ As situações listadas a muito são de conhecimento públicas, amplamente divulgadas junto aos diversos meios de comunicação.

espécies, muito embora louváveis, estão aquém desta problemática maior.⁴⁶

Em que pese o industrialismo ter ganhado nuances distintas com a flexibilização da produção decorrente da automação, robótica e microeletrônica nas décadas de 70 e 80 (séc. XX), da faceta de sociedade pós-industrial a iniciar ainda na metade do século XX, da recente inserção do componente ético – responsabilidade social – no meio produtivo, principalmente nos setores secundários e terciários,⁴⁷ da revisão de costumes nefastos por populações específicas, e de pontuais intervenções governamentais e supranacionais em prol da preservação do equilíbrio ambiental, o fato é que as condições e práticas antes arroladas praticamente não sofreram remodelação.

Os animais, sejam estes domésticos ou selvagens, estão sofrendo pelas alterações trazidas pelas conseqüências da modernidade e/ou contemporaneidade, em uma época a ser possivelmente a ser catalogada geologicamente como Antropoceno, ou seja, a Era do Homem. Em caminho inverso temos o campo normativo, ao menos nas normas fundamentais, ocupação do nosso tópico que segue.

Os direitos humanos e a biodiversidade

O humanismo antes em destaque no status de filosofia moral que é traz consigo orientações de conduta às pessoas. Os direitos humanos, em que pese refletir um escalonamento hierárquico axiológico de valores para o social, função próxima daquele, vai muito mais além, pois primeiro possui sentido político e deste gera os reflexos para os demais segmentos.⁴⁸

A base dos direitos humanos é, antes de tudo, a consciência jurídica da coletividade, não raras vezes em confronto com as

⁴⁶ BRANCO, Samuel Murgel. *O meio ambiente em debate*. 26. ed. rev. e ampl. São Paulo: Moderna, 1997, p. 26.

⁴⁷ ARANHA; MARTINS, op. cit., p. 39-40.

⁴⁸ COMPARATO, Fábio Konder. *A afirmação histórica dos direitos humanos*. 4. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2005. p. 26.

normas editadas pelo Estado.⁴⁹ Sua aparição reflete um processo, a conter avanços e retrocessos, e não simples evolução. O mérito da sua afirmação não repousa propriamente em personagens históricos e suas façanhas individuais, mas verdadeiramente nas sociedades que os encampam.

Seu caráter universal de aplicação tem limitação nas soberanias vigentes, sendo que aqueles direitos humanos que logram reconhecimento e, portanto, efetividade junto ao Estado recebem o rótulo de direitos fundamentais, costumeiramente objeto de normatização em constituições.⁵⁰

A incidência dos direitos humanos no transcorrer histórico é cambiante. Seu início, a remontar a Magna Carta de 1215, a Lei do *Habeas-Corpus* na Inglaterra de 1679 e o *Bill of Rights* de 1689, condiz com a limitação das intervenções do Estado para com a pessoa.

Outra faceta surge por ocasião da Declaração de Independência dos Estados Unidos da América, agora em evidência o princípio da igualdade jurídica entre as pessoas e demais princípios democráticos. Porém, a característica da universalidade somente advém das Declarações de Direitos da Revolução Francesa, com a pretensão de expandir os conceitos de liberdade, igualdade e fraternidade a todos os povos.⁵¹

De lá para cá inúmeros outros documentos, mesmo em caráter de direitos fundamentais, foram somando-se ao rol maior de direitos humanos, sendo que um em particular merece nossa atenção: Convenção sobre a Diversidade Biológica de 1992.

A preocupação de referido diploma recai na preservação da biosfera como a conhecemos em sua forma mais original possível, por força das alterações em típico processo autocatalítico decorrentes da degradação ambiental em escala global.

⁴⁹ Idem.

⁵⁰ Ibidem, p. 57.

⁵¹ Ibidem, p. 69, 85, 89, 96, 102, 132.

No seu preâmbulo, e dentre suas considerações, temos o destaque para a relevância da diversidade biológica, o que nos remete para a conservação dos ecossistemas, como se lê do texto oficial presente no Decreto de promulgação da Convenção no Brasil:

As Partes Contratantes,

[...]

Afirmando que a conservação da diversidade biológica é uma preocupação comum à humanidade,

[...]

Observando, igualmente, que a exigência fundamental para a conservação da diversidade biológica é a **conservação *in situ* dos ecossistemas e dos habitats naturais** e a manutenção e recuperação de populações viáveis de espécies no seu meio natural.⁵² (Grifo nosso).

A Convenção em tela conferiu uma maior dimensão para um direito fundamental já presente na Constituição Federal de 1988, precisamente no *caput* do art. 225:

Art. 225. Todos têm direito ao **meio ambiente ecologicamente equilibrado**, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.⁵³ (Grifo nosso).

Reside no artigo de lei em questão, bem como seus parágrafos, a base da proteção ambiental no cenário nacional. Dessa norma principiológica fundamental decorrem outras de idêntica

⁵² COMPARATO, op. cit., p. 433-434.

⁵³ BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília: 1988.

natureza e também regras, a impor o dever da preservação dos animais selvagens, seja para aqueles em seus habitats naturais, seja para os privados do seu meio por qualquer razão, como em pesquisas científicas, diversão, práticas religiosas ou curanderistas.

Soma-se a essa proteção estatal a Lei Federal 9.605, de 1998, agora a vedar práticas agressivas não só contra os animais selvagens, mas igualmente para com os domésticos ou amansados, da fauna nacional ou fora:

Art. 32. Praticar ato de abuso, maus-tratos, ferir ou mutilar **animais silvestres, domésticos ou domesticados, nativos ou exóticos**:

Pena – detenção, de três meses a um ano, e multa.

§ 1º. Incorre nas mesmas penas quem realiza experiência dolorosa ou cruel em animal vivo, ainda que para fins didáticos ou científicos, quando existirem recursos alternativos.

§ 2º. A pena é aumentada de um sexto a um terço, se ocorre morte do animal.⁵⁴ (Grifo nosso).

No tocante aos animais domésticos inseridos nas práticas de abate temos a Instrução Normativa 03/00/Mapa, do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, a definir o termo *abate humanitário* como o “conjunto de diretrizes técnicas e científicas que garantam o bem-estar dos animais desde a recepção até a operação de sangria”.⁵⁵

Outros diplomas legais específicos do Mapa dizem respeito ao abate de aves – Portaria 210/89,⁵⁶ – suínos e a Portaria 711/

⁵⁴ BRASIL, Lei 9.605, de 12 de fevereiro de 1998. Dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 1988.

⁵⁵ BRASIL. MAPA. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Instrução Normativa 03/00/Mapa, Brasília, DF, 2000.

⁵⁶ BRASIL. Portaria 210/98. Regulamento Técnico da Inspeção Tecnológica e Higiénico-Sanitária de Carne de Aves. Brasília, DF. MAA. Diário Oficial da União, de 26/11/1998.

95,⁵⁷ sem esquecer o Manual de *Padronização de Técnicas, Instalações e Equipamentos para o Abate de Bovinos*.⁵⁸

Contudo, e como se pronuncia a crítica especializada, tais regramentos pecam por omissão no assunto, a exemplificar a ausência de disciplina legal quanto aos procedimentos de embarque e transporte de animais ou, ainda, pelo também vazio de regulamentação para outros animais não previstos nos diplomas vigentes, principalmente no que tange ao tempo entre atordoamento e sangria.

A exigência maior, no entanto, é de cunho mercadológico, provindo, principalmente, da União Europeia com a real implantação do abate humanitário em todas as etapas do processo produtivo a envolver animais.⁵⁹

No condizente ao tratamento na criação em escala industrial desses animais domésticos, inúmeras são as medidas aplicadas em outros países para minoração do sofrimento, com destaque para a Suíça, por exemplo, onde representantes legais podem surgir para invocar respeito aos direitos de animais quando transgredidos.⁶⁰

Nesse ponto, não devemos esquecer a legislação pátria de idêntico ou semelhante condão. Trata-se da Lei 7.347, de 1985, também chamada Lei da Ação Civil Pública, que permite ações de responsabilidade contra danos causados ao meio ambiente, com legitimidade para propor entes estatais ou a própria sociedade representada e organizada.

⁵⁷ BRASIL. Portaria 711/95. Normas Técnicas de Instalações e Equipamentos para Abate e Industrialização de Suínos. Brasília, DF, MAA. Diário Oficial da União, de 3/11/1995.

⁵⁸ BRASIL. Padronização de Técnicas, Instalações e Equipamentos para o Abate de Bovinos (normas de bovino). Brasília, DF, MAA, 1971.

⁵⁹ SALVADOR; MELO, op. cit., p. 127-128.

⁶⁰ Idem.

Art. 5º. Têm legitimidade para propor a ação principal e a ação cautelar: (Redação dada pela Lei nº 11.448, de 2007).

I – o Ministério Público; (Redação dada pela Lei nº 11.448, de 2007).

II – a Defensoria Pública; (Redação dada pela Lei nº 11.448, de 2007).

III – a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios; (Incluído pela Lei nº 11.448, de 2007).

IV – a autarquia, empresa pública, fundação ou sociedade de economia mista; (Incluído pela Lei nº 11.448, de 2007).

V – a **associação** que, concomitantemente: (Incluído pela Lei nº 11.448, de 2007).

a) esteja constituída há pelo menos 1 (um) ano nos termos da lei civil; (Incluído pela Lei nº 11.448, de 2007).

b) inclua, entre suas finalidades institucionais, a proteção ao meio ambiente, ao consumidor, à ordem econômica, à livre concorrência ou ao patrimônio artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico. (Incluído pela Lei nº 11.448, de 2007).⁶¹ (Grifo nosso).

Ao invocar a sociedade organizada, tem-se que ter em mente os movimentos de defesa dos animais, tema do qual nos ocupamos a seguir.

A base teórica dos movimentos de defesa dos animais

A militância, extrema ou não, pela defesa dos animais contra tratamento antiético é o foco de diversas organizações sem fins lucrativos espalhadas por muitos continentes. No entanto, e

⁶¹ BRASIL, Lei 7.347, de 24 de julho de 1985. Disciplina a ação civil pública de responsabilidade por danos causados ao meio-ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico (VETADO) e dá outras providências. Brasília, DF, 1985.

conforme as premissas de cada entidade envolvida, as condutas evitadas de desvalor podem atingir desde a simples prática de se alimentar com carne até o uso sistemático de animais em testes pela indústria.

Um exemplo vivo disso é a *People for the Ethical Treatment for Animals* (Peta), entidade na forma de ONG que há mais de trinta anos atua em favor dos animais, com resultados expressivos nas práticas industriais com uso de animais. As campanhas, conforme prega sua fundadora, envolvem suínos mortos em testes de veículos, alimentação forçada e envenenamento com produtos de higiene pessoal, peles usadas pela alta indústria da moda como ícones para o mercado de consumo, todos casos trabalhados pela referida organização.⁶²

A servir de referencial teórico maior para essa e outras organizações do tipo, tem-se o pensamento de Arne Naess, chamado *ecosofia*, ou *Deep Ecology*.⁶³

Como esse movimento teve seu início logo após a Conferência de Estocolmo sobre o Meio Ambiente Humano, em 1972, a destacar dentre proposições e princípios o reconhecimento da igualdade do direito à vida, o desenvolvimento de todos os animais, o valor em si mesmo que os caracteriza e, por fim, a vedação ao ser humano da prática de destruição dos demais seres vivos.⁶⁴

Uma explicação mais detalhada do *Deep Ecology* [Ecologia Profunda] tem assento em Capra, quem pontualmente denota a visão de mundo holística desse pensamento, ou seja, a concepção de mundo como um só integrado e não como um somatório de partes dissociadas. O próprio Capra que vai além ao comentar Naess, quem vê uma perspectiva ecológica de tudo questionar, de modo a solapar os velhos paradigmas. A interação desses dois

⁶² JORDÃO, Claudia. Entrevista Ingrid Newkirk. *Istoé*, São Paulo: Editora Três, p. 8-13, 2011.

⁶³ LAW, Stephen. *Guia ilustrado Zahar: filosofia*. Trad. de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2008. p. 339.

⁶⁴ COMPARATO, op. cit., p. 425-427.

pontos resulta na escala de valores ecocêntricos – centralizados no próprio Planeta –, onde todas as formas de vida pertencem a uma rede interdependente de relações.⁶⁵

Entretanto, a observação crítica sobre a Ecologia Profunda passa pela classificação tipológica dos diversos movimentos ambientais da contemporaneidade. Nesse ponto, auxiliamo-nos de Castells, quem busca a tecer uma classificação de ambientalismo, já que há presente nesse uma dissonância criativa ou, por assim dizer, a existência de várias correntes de pensamento e de atuação.

Ao menos cinco tipos de movimento ambiental logram reconhecimento por Castells, e, num dentre esses reside a Ecologia Profunda, dividindo a posição com o *Earth first* e o ecofeminismo, ambos classificados como contracultura. Nesse tipo emerge, desde o movimento de libertação dos animais com o fundamentalismo ecológico, a fazer prevalecer regras novas, contrárias àquelas institucionalizadas. O paradigma final reside na ecotopia.⁶⁶

A crítica maior, destaca-se, não é meramente classificatória. Ost é quem a faz com esmero ao revelar a dualidade de posições extremadas resultantes do pensamento da Ecologia Profunda. Nas palavras desse,

e em aplicação da “lei da bipolaridade dos erros”, alguns defendem hoje uma inversão completa de perspectiva: não é a terra que pertence ao homem, é o homem que, pelo contrário, pertence à terra, como acreditavam os antigos. Esta tomada de consciência, que se reclama de *deep ecology* (ecologia radical) por oposição à *shallow ecology* (ou ambientalismo reformista), alimenta-se de um impulso romântico extraordinário de retorno à natureza, [...]. Enquanto que, na escola do direito natural

⁶⁵ CAPRA, Fritjof. *A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos*. Trad. de Newton R. Eicheberg. São Paulo: Cultrix, 2006. p. 25-26, 28.

⁶⁶ CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade: a era da informação: economia, sociedade e cultura*. Trad. de Klaus B. Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, 2008. p. 143, 147-149. 2 v.

moderno, a insegurança do estado da natureza era invocada para justificar a passagem ao estado civil, garante da paz social sob o império de uma lei comum, aqui o argumento funciona ao contrário: é a evocação das ameaças engendradas pelo modelo industrial de crescimento que justifica a defesa do retorno a qualquer coisa como o estado da natureza, sob o império de uma lei natural reencontrada.⁶⁷

Assim, estaríamos diante de extremos, antes do modelo natureza-objeto para o de natureza-sujeito, então, agora, detentora, no plano jurídico de personalidade, próprios e direitos subjetivos, que são os direitos de pleito e postulação. O problema disto, na pregação de Ost, reside na supressão do cultural em vantagem absoluta da natureza ilimitada, quando cada uma dessas possui espaço próprio, ainda que interligadas e fazendo projeções umas sobre as outras.⁶⁸

Ao retomar os modernos, Ost revive a ideia de libertação do homem, da natureza, mas também, faz lembrar a falha desses em ocultar a implicação da limitação dessa liberdade, de fazer reconhecer igualmente nossa ligação com a natureza, o que nos conduziu por práticas irresponsáveis e de cunho da ilimitabilidade.⁶⁹

A condução pelos extremos é condenada pelo crítico, ao categorizar a Ecologia Profunda como confucionismo.⁷⁰⁻⁷¹

⁶⁷ OST, François. *A natureza à margem da lei: a ecologia à prova do direito*. Trad. de Joana Chaves. Lisboa: Instituto Piaget, 1995. p. 13, 15.

⁶⁸ Idem.

⁶⁹ Ibidem, p. 13.

⁷⁰ Ibidem, p. 19.

⁷¹ Há a clara preocupação em Ost no sentido de logarmos alcançar o ponto-meio, de atuação híbrida ou no chamado espaço intermédio entre a natureza e o artifício, a provocar uma “reação ética da ordem da responsabilidade”, a ser trabalhada pelas diversas áreas do conhecimento em que o homem expressa suas vontades. A máxima para Ost é fazer reconhecer que homem tem sim um vínculo com a natureza, mas sem reduções de um para o outro. (OST, op. cit., p. 16, 18.

Independentemente disso, a Ecologia Profunda, sendo uma linha da contracultura que é, permite-nos o choque de posições entre as reinantes e as desafiadoras, condição que permite o amadurecimento social dentro de um processo maior. As críticas listadas em nada desqualificam as boas atuações dos organismos enquadrados nesse pensamento, mas, e apenas, fazem ponderar que a existência de limites deve pertencer a todos.

Revisada a base teórica em que os movimentos ambientais encontram respaldo, especificadamente para com os da libertação dos animais ou de defesa, pende outra abordagem, agora sobre o prisma do consumidor e as possíveis implicações diante da interação desse para com a temática dos animais, no processo produtivo de consumo, com destaque para os animais domésticos, mas sem olvidar os selvagens.

Do princípio da informação às demais normas principiológicas consumeristas

É de se reconhecer que o consumidor é motivado pela necessidade, mas também sofre, e muito, provocação para o ato de aquisição pela publicidade constante e onipresente, passando o interesse a ser por necessidades revestidas em ícones do consumo ou simplesmente por mera satisfação ou prazer.

Interesses esses que são pautados pela oferta de produtos e serviços existentes no mercado, sendo o inverso também uma verdade, de modo a estimular permanentemente o fornecedor e atender aos novos anseios de aquisição por parte dos consumidores. É a renovação em si do rol de bens ofertados com base no desenvolvimento tecnológico – condição-base do regime econômico preponderante do capital.

Essa ânsia de cunho mercadológico do fornecedor em preencher os interesses de compra dos consumidores permite a esses, quando educados, informados e organizados, gozar de uma força sem igual para pautar dita gama de bens ofertados.

Significa dizer que a demanda atrelada a preceitos éticos pode fazer com que o fornecedor não venha mais a ofertar

determinados bens de consumo ou promover as adequações necessárias para que o produto ou serviço, no seu processo produtivo, não contemple atos de desvalor para a sociedade.

Diamond, nesse quesito, vai mais além para, inclusive, responsabilizar o próprio consumidor pela seleção inadequada de atividades, empresas e bens a circular no mercado que promovem práticas inadequadas – como degradação ambiental ou uso de animais domésticos em escala industrial sem os cuidados básicos, para não fugirmos ao nosso tema-cerne –, para obtenção de lucro e sendo reconhecidas como condutas de negócio lícitas perante a legislação vigente.⁷²

As práticas de demanda acertada, nos dizeres de Diamond, alcançam desde a simples negativa de escolha e compra de determinado bem, como outros atos, espelhados no ajuizamento de ações contra corporações; impregnam de um sentimento de vergonha os empregados e colaboradores de determinada empresa; pressionam a classe política dirigente dos países para que proponham e cumpram leis de boas práticas industriais e comerciais; e, ainda, exigem transparência nos contratos públicos a serem regidos por padrões éticos.⁷³⁻⁷⁴

O afastamento ou a redução dos tratamentos inadequados aos animais domésticos ou selvagens, esses em decorrência, principalmente, da degradação ambiental e a perda dos ecossistemas, aqueles em razão do processo produtivo, passa pontualmente pela posição ética assumida pelos consumidores. A frase descrita como *O consumidor faz a diferença!* não é mera falácia, porém exige inteiração desse.

⁷² DIAMOND, Jared. *Colapso: como as sociedades escolhem o fracasso ou o sucesso*. Trad. de Alexandre Raposo. 4. ed. Rio de Janeiro: Record, 2006. p. 577.

⁷³ DIAMOND, op. cit., p. 578.

⁷⁴ O Estado, qualquer que seja, representa um grande comprador de bens e serviços, ligados ao critério preço na maior parte dos casos. No Brasil, em particular, não é diferente. As compras estatais continuam pautadas mais pelo impacto financeiro do que por outros critérios, dos quais destacamos os bens que agregariam maior rendimento, eficiência energética, durabilidade e menor impacto ambiental. Ao menos neste último quesito, o Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, em recente norma, permitiu a inserção dos critérios verdes nas licitações de âmbito federal. Disponível em: <<http://www.licitacoessustentaveis.com/>>. Acesso em: 23 set. 2011.

Inteiração regida pelo sistema consumerista brasileiro, por exemplo, quem, por meio do CDC, traz um rol de deveres ao fornecedor inerentes ao contrato e condizentes com os produtos ou serviços ofertados.

Nesse sentido iniciamos com o princípio da informação que acomete o fornecedor, então previsto no inciso III, do art. 6º, do CDC, a exigir descrição adequada e clara “sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem”.⁷⁵

O disposto, praticamente, tem repetição no art. 31 do idêntico diploma, sendo:

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.⁷⁶

A citação acima gera um questionamento emergente, então já expressado antes e ora repisado: referida norma principiológica da informação abraçaria, ou não, um dever do fornecedor em fazer revelar as implicações para os animais no processo produtivo, ao menos para com os domésticos?

Doutrina⁷⁷ e manuais⁷⁸ do direito do consumidor, em geral, ocupam-se superficialmente do princípio em questão, não

⁷⁵ BRASIL. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF, 1990.

⁷⁶ BRASIL, op. cit.

⁷⁷ CARVALHO, José C. Maldonado de. *Direito do consumidor: fundamentos doutrinários e visão jurisprudencial*. 3. ed., rev. e ampl. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008. p. 9-10.

⁷⁸ SCHMITT, Cristiano Heineck; BARBOSA, Fernanda Nunes. *Cadernos de Direito do Consumidor*. Porto Alegre: Escola Superior de Defesa do Consumidor do Estado do Rio Grande do Sul/Procon/RS, p. 33-34, 2010.

fazendo revelar uma resposta adequada à indagação, até mesmo pelo escopo distinto dessas obras. Apenas material específico de pesquisa aprofundada é que nos serve para tal tarefa, com base no Direito Comparado.

Nesse ponto, ninguém melhor que Marques para solucionar a problemática. Em trabalho singular, a autora faz alusão ao art. 31 do CDC, antes citado, para afirmar tratar-se de um rol meramente exemplificativo e não taxativo. Outras informações não previstas no dispositivo legal, portanto, estariam inseridas no dever de informar pelo fornecedor.⁷⁹

Contudo, também é Marques quem faz classificar informação e, por sequência, o princípio da informação, sendo como o ato de comunicar, “dar ‘forma’, é exteriorizar o que estava interno, é compartilhar, é ‘comunico-are’, é chegar ao outro, é aproximar-se”.⁸⁰

Isso nos permite assegurar que o princípio em tela, muito embora detenha uma carga de aplicação ampla, goza de maior concretude na fase contratual de consumo.

Em outros dizeres, instruções quanto ao tratamento despendido aos animais domésticos que servem de matéria-prima para o fazimento dos produtos que chegam ao consumidor até podem ser objeto de referência na embalagem ou na publicidade e em outros meios, mas não estão necessariamente contemplados no dever de informar que o princípio da informação contempla.

Por outro lado, e como constata Marques, o princípio da informação está intimamente atrelado aos da boa-fé e, principalmente para nosso assunto, aos da transparência e da liberdade de escolha.⁸¹⁻⁸²

⁷⁹ MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005. p. 774.

⁸⁰ *Ibidem*, p. 772.

⁸¹ *Idem*.

⁸² *Ibidem*, p. 771, 776.

O dever de informar incrustado para o fornecedor tem origem maior no princípio da transparência, então ilustrado no art. 4º, *caput*, do CDC, a operar na fase pré-contratual de consumo ou fase negocial. Transparência significa clareza, “é informação sobre os temas relevantes da futura relação contratual”. Atinge a essência do próprio negócio.⁸³

Por fim, e não menos importante, temos a liberdade de escolha do consumidor, lastrado no art. 6º, inciso II, do CDC, que afeta os dois princípios anteriores e, ao mesmo tempo, consequência das suas rigorosas observâncias.

O direito de escolha do consumidor condiz com o direito de autonomia da vontade e o de livre iniciativa do cidadão e com o direito de livre escolha no mercado de consumo, com assento também no art. 170, *caput* e V da CF/88.⁸⁴

A descrição, portanto, do tratamento dado a animais domésticos em processo produtivo cabe melhor no princípio da transparência ligado ao direito de escolha do consumidor.

No entanto, a exigência desse conhecimento pelos consumidores do fornecedor requer a incidência somada de outro princípio: o da educação ao consumidor, previsto no art. 6º, inciso II, do CDC.

Trata-se não apenas da educação formal, mas da informal, essa de responsabilidade dos próprios fornecedores, a recair na consagração da liberdade de escolha, mais uma vez.⁸⁵ É o que alude Filomeno ao destacar o tema:

Referido trabalho educativo não tem apenas a finalidade de alertar os consumidores com relação a eventuais perigos representados à sua saúde, por exemplo, na

⁸³ *Ibidem*, p. 715, 718.

⁸⁴ MARQUES, op. cit., p. 776.

⁸⁵ FILOMENO, José G. Brito. Título I: dos direitos do consumidor. In: GRINOVER, Ada Pellegrini et. al. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor*: comentado pelos autores do projeto. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007. p. 145.

aquisição de alimentos com certas características que podem indicar sua deterioração, mas também para que se garanta ao consumidor **liberdade de escolha** e a almejada igualdade de contratação.⁸⁶ (Grifo nosso).

Em suma, práticas éticas a serem exigidas de empresas fornecedoras para com os animais domésticos que utilizam no seu processo produtivo podem e devem ser contempladas no rol de demandas dos consumidores.

Seus baluartes legais encontram referência no princípio da transparência, no direito de escolha do consumidor e no princípio da educação do consumidor, complementadas nos princípios da informação e boa-fé, o que, por si, representa um desafio ao ser humano contemporâneo.

Ficam respondidas ao menos duas indagações tecidas na parte introdutória, a restar outras pendentes de enfrentamento, o que se faz em caráter conclusivo, a seguir, eis que extrapolam a área do Direito.

Considerações finais

Para muitos as reflexões acima se revestem de mera superficialidade diante da atual demanda crescente de alimentos no Planeta. Constitui fato notório e preocupante nosso número populacional total, esperado na casa dos 7 bilhões de pessoas ainda neste fim de 2011 e em franco crescimento posterior.

Notório também é o fato de que a revolução na agricultura extensiva, ocorrida principalmente entre as décadas de 40 e 70 (séc. XX), assentadas na mecanização rural, na irrigação, no uso de fertilizantes e inseticidas, bem como seleção aprofundada de sementes – com ou sem transgenia –, em que pese o acentuamento da degradação ambiental, fez crescer como nunca antes a oferta de alimentos.

⁸⁶ *Ibidem*, p. 146.

Assim mesmo, as populações dos países atuais, salvo raras exceções locais, estão sentindo a pressão da alta dos preços dos alimentos, regida simplesmente pela lei da oferta e procura dentro de uma lógica de distribuição que visa ao lucro, o que tende a aumentar caso não obtenha uma compensação produtiva.

É nesse sentido que o tema *degradação ambiental*, que importa aos animais selvagens e ao tratamento adequado dos animais domésticos, inseridos na produção em escala industrial, para muitos vem ganhar uma conotação de trivialidade, o que nos faz afirmar o contrário.

Há muito, o ser humano interage com o meio olvidando as implicações nefastas da sua forma de vida social complexa, sendo que o desenvolvimento nas várias frentes e não apenas na econômica, não mais pode estar dissociado das práticas de contenção ou minoração de desequilíbrios de toda ordem.

Não é mera coincidência falar-se, nos dias atuais, em desenvolvimento sustentável, modernização ecológica ou sociedade de risco com o *status* de proposta política, todos com uma conotação mais econômica, mas também indagar sobre a transmissão do patrimônio numa ótica jurídica ou de responsabilidade para com as gerações futuras sob um prisma ético e moral.

Condutas do ser humano em todas suas faces, seja para com seus pares, seja para com os outros seres e meio, devem ser objeto constante de reflexão, consagradas ou não no ordenamento jurídico, mas realmente aplicadas pelos agentes de liderança e mudança.

O caso dos animais domésticos insere-se nesse contexto. A forma como nos utilizamos deles reflete nosso padrão de humanidade, e não é apenas indício civilizacional. Serve de espelho ou referência, nem sempre agradável, de nós mesmos, afinal revela ao menos parte do ser humano.

Por outro lado, o pensamento extremo, respaldado no afastamento total dos animais domésticos do processo produtivo,

realmente não condiz com nossos hábitos e tampouco auxiliaria na relação população crescente *versus* alimentos.

Contudo boas práticas no meio industrial de produção podem e devem ser sempre implementadas e respeitadas. Cabe sim ao consumidor consciente e organizado a exigência permanente de condutas padrão por parte do fornecedor, atuação idêntica que se espera dos Estados, seja como regulamentadores, seja como compradores.

Essa é a primeira conclusão que nos leva a enfrentar os demais questionamentos tecidos na parte introdutória. Não menos importante é reconhecer a indiferença presente na grande gama de consumidores quanto aos processos produtivos, principalmente no que tange aos animais domésticos. Também, e, em resposta, cabe apontar como imprescindível uma sensibilização rotineira para mudanças de hábitos, no sentido de provocar a repulsa dos consumidores para com certas condições em que são submetidos os demais seres e os produtos gerados a partir daí. Afinal, o consumidor consciente e organizado é notado.

O tema, contudo, ganha maior resistência quando passamos ao campo cultural, pelas práticas religiosas, hábitos festivos ou fundados em motivos diversos, a envolver tanto animais domésticos e selvagens em práticas nem sempre reconhecidamente inadequadas.

Nesse cenário, acima de tudo evidencia-se o processo de amadurecimento social em que contextualizados os animais e seus tratamentos deferidos pelo ser humano, de resultados não raras vezes pífios ou distantes do ideal, mas necessários. Trata-se de um longo processo de aperfeiçoamento social, sopesando ao mesmo tempo respeito e mudanças nos padrões.

Maior complexidade envolve os animais selvagens atingidos pela degradação ambiental.

Como frisado antes, nossa presença no Planeta deve ser pautada pela preservação, pelo uso equilibrado do meio em consonância com a finalidade maior que é a coexistência pacífica,

isso apenas para podermos nos preservar como espécie nos moldes de vida próximos dos atuais.

O homem passou a gerar desequilíbrios ambientais desde que vem se utilizando do e modificando o meio, ao mesmo tempo que faz denotar sua genialidade.

O desafio da contemporaneidade é redirecionar essa genialidade e também interesses em prol da problemática ambiental e obter mudanças de conduta em escala global, assunto no qual se insere o tema referente aos animais, também merecedores da atenção e condução de valor pelo homem.

Referências

ALBUQUERQUE, Carlos. *Arte & arquitetura: a relação entre o homem e o animal mostrada pela arte*. Disponível em: <<http://www.dw-world.de/dw/article/0,,2419481,00.html>>. Acesso em: 12 set. 2011.

ANDRIOLI, Antônio Inácio; FUCHS, Richard. *Transgênicos: as sementes do mal: a silenciosa contaminação de solos e alimentos*. 1. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2008.

ARANHA, Maria Lúcia de Arruda; MARTINS, Maria Helena Pires. *Filosofando: introdução à filosofia*. 3. ed. rev. São Paulo: Moderna, 2003.

BARROS, José D'Assunção. *Cidade e história*. Petrópolis: Vozes, 2007.

BRANCO, Samuel Murgel. *O meio ambiente em debate*. 26. ed. rev. e ampl. São Paulo: Moderna, 1997.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, 1988.

BRASIL. MAPA. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Instrução Normativa 03/00/Mapa, Brasília, DF, 2000.

BRASIL, Lei 7.347, de 24 de julho de 1985. Brasília, DF, 1985.

BRASIL. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF, 1990.

BRASIL, Lei 9.605, de 12 de fevereiro de 1998. Dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 1988.

BRASIL. Padronização de Técnicas, Instalações e Equipamentos para o Abate de Bovinos (normas de bovino). Brasília, DF, MAA, 1971.

BRASIL. Portaria 210/98. Regulamento Técnico da Inspeção Tecnológica e Higiénico-Sanitária de Carne de Aves. Brasília, DF, MAA, 1998. Diário Oficial da União, de 26/11/1998.

BRASIL. Portaria 711/95. Normas Técnicas de Instalações e Equipamentos para Abate e Industrialização de Suínos. Brasília, DF, MAA 1995. Diário Oficial da União, de 03/11/1995.

CAPORALE, Rocco. Algumas reflexões críticas sobre o conceito de humanismo. In: PAVIANI, J.; DAL RI JÚNIOR, A. *Globalização e humanismo latino*. Porto Alegre: Edipucrs/Cassamarca, 2000.

CAPRA, Fritjof. *A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos*. Trad. de Newton R. Eichemeberg. São Paulo: Cultrix, 2006.

CARVALHO, José C. Maldonado de. *Direito do consumidor: fundamentos doutrinários e visão jurisprudencial*. 3. ed., rev. e ampl. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008.

CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade – A era da informação: economia, sociedade e cultura*. Trad. de Klauss B. Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, 2008. v. 2.

COMPARATO, Fábio Konder. *A afirmação histórica dos direitos humanos*. 4. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2005.

CRUZ, Domingos J. da. Dólmen de Antelas: um sepulcro-templo do Neolítico final. *Estudos Pré-Históricos*, Viseu, n. 3, 1995.

DIAMOND, Jared M. *Armas, germes e aço: os destinos das sociedades humanas*. Trad. de Silvia de Souza Costa. 13. ed. Rio de Janeiro: Record, 2011.

_____. *Colapso: como as sociedades escolhem o fracasso ou o sucesso*. Trad. de Alexandre Raposo. 4. ed. Rio de Janeiro: Record, 2006.

FILOMENO, José G. Brito. Título I: dos direitos do consumidor. In: GRINOVER, Ada Pellegrini et. al. *Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do projeto*. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

HODGE, A. N. *A história da arte: da pintura de Giotto aos dias de hoje*. Belo Horizonte: Cedec, 2009.

Site: <<http://www.licitacoessustentaveis.com/>>. Acesso em: 23 set. 2011.

JORDÃO, Cláudia. Nota de entrevista com Ingrid Newkirk. *Istoé*, São Paulo: Editora Três, 2011.

LAW, Stephen. *Guia ilustrado Zahar: filosofia*. Trad. de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2008.

- MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005.
- MORTARUOLO, I. *A pet therapy: aspectos gerais e específicas considerações sobre a utilização de aves*. *Atualidades Ornitológicas*, Itália, n. 80, nov./dez. 1997.
- ODUM, Eugene P.; BARRETT, Gary W. *Fundamentos da ecologia*. São Paulo: Cengage Learning, 2007.
- OST, François. *A natureza à margem da lei: a ecologia à prova do Direito*. Trad. de Joana Chaves. Lisboa: Instituto Piaget, 1995.
- PAVIANI, Jayme. Humanismo latino na história e na cultura brasileira. In: *A influência do humanismo latino na história e na cultura latino-americana*. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE ESTUDOS, 1999, São Paulo. *Anais...* São Paulo: Fondazione Cassamarca, 1999.
- PECOTCHE, Carlos Bernardo González. *O mecanismo da vida consciente*. Rev. da trad. de José Dalmy Silva Gama. 14. ed. São Paulo: Logosófica, 2007.
- PEREIRA, Agostinho Oli Koppe. *Responsabilidade civil por danos ao consumidor causados por defeitos dos produtos: a teoria da ação social e do direito do consumidor*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2003.
- PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe. *Responsabilidade civil do fornecedor de alimentos: manipulação química e modificação genética*. Curitiba: Juruá, 2009.
- PUSCHEL, Flavia Portella. *A responsabilidade por fato do produto no CDC: acidentes de consumo*. São Paulo: Quartier Latin, 2006.
- SALVADOR, Alexandre; MELO, Carolina. Abaixo a crueldade humana. *Revista Veja*, São Paulo: Abril, 2010.
- SANSEVERINO, Paulo de Tarso Vieira. *Responsabilidade civil no código do consumidor e a defesa do fornecedor*. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2007.
- SCHMITT, Cristiano Heineck; BARBOSA, Fernanda Nunes. *Cadernos de Direito do Consumidor*. Porto Alegre: Escola Superior de Defesa do Consumidor do Estado do Rio Grande do Sul / Procon RS, 2010.

VIEIRA, Adriana Carvalho Pinto; VIEIRA JÚNIOR, Pedro Abel. *Direitos dos consumidores e produtos transgênicos: uma questão polêmica para a bioética e o biodireito*. Curitiba: Juruá, 2008.

WOLKMER, Antônio Carlos (Org.). *Humanismo e cultura jurídica no Brasil*. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2003.

ZINGANO, Marco. Aristóteles zoólogo. *Scientific American apresenta gênios da Ciência: Aristóteles, o pai de todas as ciências*, São Paulo: Duetto, p. 60, 2006.



Para este quarto volume da série “Relações de consumo”, o tema escolhido foi “Humanismo”. Tal objetivo possui fundamentos tanto de ordem jurídica quanto sociológica. O consumismo, entendido como a vontade desregrada de consumir se distingue, substancialmente, do consumo – elemento necessário a sobrevivência de todo ser, seja ele humano, animal ou vegetal –. Todos consomem para viver.

A sociedade moderna que, segundo alguns doutrinadores, já se transforma em pós-moderna, imprimiu uma marca que a diferenciou de todas as outras: o consumismo. Esta característica é tão marcante que, contemporaneamente, ela tem sido denominada como: sociedade do consumo; sociedade consumista; sociedade hiperconsumista.

Nesse patamar de discussões insere-se o humanismo, vez que a referida sociedade moderna, preocupada em consumir cada vez mais, acaba por esquecer-se do ser humano enquanto humano, criando um ambiente social onde os homens e as mulheres valem pelo o que possuem – bens materiais – e não pelo o que eles são.

Aliado a esta preocupação social destaca-se o Direito como elemento redutor de complexidades e, portanto, norteador da vida em sociedade. Nessa perspectiva, os organizadores vislumbraram a possibilidade de unir, nesta obra: Direito; relação de consumo e humanismo. A obra possibilita ao leitor um estudo da interrelação entre esses aspectos sócio-jurídicos.



ISBN 978-85-7061-624-1

