

CULTURA DO CONSUMO E SUAS IMPLICAÇÕES AO MEIO AMBIENTE

CONSUMPTION CULTURE AND ITS IMPLICATIONS FOR THE ENVIRONMENT

Tanise Rosa Klein Santos¹

Osmar Veronese²

RESUMO

O presente artigo explora a temática da cultura do consumo e suas implicações na degradação ambiental, abrindo o diálogo para a necessidade de uma nova racionalidade produtiva. O problema que norteia a pesquisa é: em que medida a cultura do consumo estabelecida na sociedade hodierna agrava a degradação do meio ambiente e induz o diálogo sobre novas formas de pensar o processo econômico? O objetivo geral da pesquisa é, usando de metodologia exploratória e técnica bibliográfica, analisar o papel da cultura do consumo na crise ambiental instalada no século XXI, indicando formas alternativas de pensar as relações de consumo. A título de conclusão, infere-se que, enquanto o consumismo induzir as relações sociais e não houver uma forma mais equilibrada de consumo, a degradação ambiental continuará atingindo altos índices, o que remete a necessidade da adoção de uma consciência e racionalidade produtiva ecológica, para que seja possível preservar as atuais e futuras gerações.

Palavras-chave: Consumo. Consumismo. Meio Ambiente. Racionalidade Produtiva.

ABSTRACT

This paper explores the topic of consumer culture and its implications for environmental degradation, opening a dialogue to the need for a new productive rationality. The problem that guides the research is: to what extent does the culture of consumption established in society aggravate the degradation of the environment and induce dialogue on new ways of thinking about the economic process? The general objective of the research is, using exploratory methodology and bibliographic technique, to analyze the role of consumer culture in the environmental crisis installed in the 21st century, aiming at the study of alternative ways of thinking about consumer relations. As a conclusion, it is inferred that, while consumerism induces social relations and there is no more balanced form of consumption, environmental degradation will continue to reach high rates, which refers to the need to adopt an ecological

¹ Pós-Graduanda da URI - esinat@hotmail.com

² Docente do Programa de Pós-Graduação em Direito da URI - osmarveronese@san.uri.br

awareness and productive rationality, so that it is possible to preserve current and future generations.

Keywords: Consumption. Consumerism. Environment. Productive Rationality.

1 INTRODUÇÃO

O presente artigo trata da cultura do consumismo instalada na sociedade hodierna, que afeta a qualidade do meio ambiente e causa a degradação ambiental, em virtude da extensa exploração dos recursos naturais para manter a quantidade de produtos disponíveis no mercado. Para mudar esse cenário, discute-se a possibilidade de adotar novos hábitos e comportamentos por parte dos seres humanos, no rumo de uma nova forma de racionalidade produtiva.

Nesse sentido, o objetivo geral do artigo é analisar as implicações da cultura do consumo no meio ambiente e suas conseqüentes problemáticas, em busca de formas alternativas de pensar as relações de consumo. O problema que norteia a pesquisa é: em que medida a cultura do consumo estabelecida em sociedade agrava a degradação do meio ambiente e induz o diálogo sobre novas formas de pensar o processo econômico?

O artigo foi dividido em duas seções, cada uma correspondendo a um objetivo específico. O primeiro, visa tecer algumas considerações acerca da cultura do consumo, principalmente após a Revolução Industrial, em que houve um aumento significativo da produção de bens de consumo, em virtude dos novos recursos que surgiram para a sua produção. O segundo objetivo específico pretende analisar a degradação ambiental decorrente do consumismo, bem como a necessidade de se pensar em uma nova racionalidade produtiva, que leve em consideração a legislação ambiental e as políticas públicas voltadas a preservação do meio ambiente.

Ao se pensar no consumo e em uma nova racionalidade produtiva, também há o exercício da resistência humana ao sistema predatório atual, que é extremamente hostil ao meio ambiente e afeta, em diferentes níveis, as pessoas mais subalternizadas em sociedade. Aqueles que menos consomem, que tem maiores dificuldades materiais, são aqueles que mais sofrem aos desastres ambientais, pois em decorrência da dificuldade de acesso a recursos, estão em locais sem infraestrutura e saneamento adequados e, conseqüentemente, não tem seus direitos básicos garantidos. Esse cenário enseja a construção de novos caminhos, de um sistema político-econômico mais humanizado para, assim, garantir os direitos fundamentais expressos

na Constituição Cidadão de forma mais efetiva. Portanto, o presente artigo se enquadra no grupo de trabalho “Constituição Cidadã: carta de resistência e navegação das diferenças”.

A metodologia deste artigo é qualitativa, usando a pesquisa exploratória e técnica bibliográfica, a partir de pesquisa em livros, leis, artigos e material específico sobre o tema. O método de pesquisa é o dedutivo, pois há a adoção de uma cadeia de raciocínio descendente, ou seja, parte-se análise geral da cultura do consumo e suas implicações ao meio ambiente, para a análise do objeto em particular, que desencadeia em novas formas de pensar a racionalidade produtiva.

2 CONSIDERAÇÕES ACERCA DA CULTURA DO CONSUMO

A abundância em bens de consumo visível nos dias de hoje, os quais são produzidos de forma contínua pelo sistema industrial, é um dos fatores que demonstra o avanço e êxito das economias capitalistas mundiais. E mesmo que muitos desses bens tenham representado mudanças positivas para a vida humana, também há o outro lado dessa equação, principalmente no que diz respeito ao consumo sem consciência e as suas consequências para a sociobiodiversidade.

O sistema econômico capitalista é central nesse debate, pois além de exigir a demanda de muitos recursos ambientais, também está atrelado às desigualdades sociais, pois não são todas as pessoas que têm o acesso aos produtos de consumo. O capitalismo, portanto, torna-se fonte de conflito em diversas esferas, sendo controverso aos ideais de sustentabilidade. Além disso, a racionalidade de mercado no capitalismo, estimula as adversidades a fim de reduzir o que existe no meio natural e quantificar a economia (LEFF, 2009). E o consumo, dentro da lógica de mercado vigente, é ainda mais instigado para, assim, manter em funcionamento todo o sustentáculo da economia vigente.

Mas, inicialmente, é importante trazer algumas concepções sobre o consumo, que pode ser entendido como adquirir algo racionalmente, de forma controlada e seletiva, considerando questões sociais e ambientais, é ter consciência sobre as escolhas, é consumir o necessário. De acordo com Bauman (2008, p. 37):

[...] o consumo é uma condição, e um aspecto, permanente e irremovível, sem limites temporais ou históricos; um elemento inseparável da sobrevivência biológica que nós humanos compartilhamos com todos os outros organismos vivos. Visto dessa

maneira, o fenômeno do consumo tem raízes tão antigas quanto os seres vivos – e com certeza é parte permanente e integral de todas as formas de vida conhecidas.

Já em relação ao consumismo, Bauman (2008) alude que é uma manifestação das necessidades sociais e vitais, advinda da exploração econômica e norteadas pelas vontades, desejos e anseios humanos. A necessidade de realizar desejos insaciáveis resulta na intensificação das relações de mercado. O consumismo, então, é uma espécie de compulsão para consumir. De acordo com Cortez (2009, p. 35-36):

Consumismo é o ato de consumir produtos ou serviços, muitas vezes, sem consciência. Há várias discussões a respeito do tema, entre elas o tipo de papel que a propaganda e a publicidade exercem nas pessoas, induzindo-as ao consumo, mesmo que não necessitem de um produto comprado. Muitas vezes, as pessoas compram produtos que não tem utilidade para elas, ou até mesmo coisas desnecessárias apenas por vontade de comprar, evidenciando até uma doença.

Compreender esses dois extremos é essencial para buscar o equilíbrio na forma de consumo. É necessário, portanto, distinguir aquilo que é necessário do que é supérfluo, embora esse discernimento, muitas vezes, seja difícil em virtude do contexto sociocultural em que cada pessoa está inserida: o essencial, muitas vezes, muda, a depender das características de vida de determinado grupo, classe social e hábitos cotidianos. Quando o consumismo passa a preponderar, há uma distorção daquilo que é considerado básico e essencial, para a intenção de adquirir aquilo que alimenta vaidade.

De acordo com Barber (2009), no triunfo do capitalismo o homem resvalou no narcisismo do consumo. O autor questiona, inclusive, se é possível o capitalismo se reconciliar com uma cultura de adultos que fazem outras coisas além de comprar, que adquiram bens para atender necessidades, destacando que o desafio atual não é o capitalismo em si, “[...] mas restaurar o equilíbrio entre o capitalismo e os muitos outros mundos de vida independente que ele já ajudou a estabelecer, mas que agora, dependente do hiperconsumismo, ameaça a destruir” (BARBER, 2009, p. 287).

Há, inclusive, um termo que bem define as sociedades contemporâneas, industrializadas e globalizadas, que é a sociedade do consumo. De acordo com Retondar, (2007, p. 138):

A sociedade de consumo caracteriza-se, antes de tudo, pelo desejo socialmente expandido da aquisição “do supérfluo”, do excedente, do luxo. Do mesmo modo, se

estrutura pela marca da insaciabilidade, da constante insatisfação, onde uma necessidade preliminarmente satisfeita gera quase automaticamente outra necessidade, num ciclo que não se esgota, num continuum onde o final do ato consumista é o próprio desejo de consumo.

Esse termo representar as mudanças que o consumo tem adquirido nas relações sociais e na própria formação das identidades. O “ter” também define quem é o “ser”, os bens que uma pessoa consome relacionam-se com o seu estilo de vida e identidade, refletindo sua participação na vida coletiva e pertencimento a um determinado grupo. Desta forma, “o consumo está presente nas diversas esferas da vida social, econômica, cultural e política. Nesse processo, os serviços públicos, as relações sociais, a natureza, o tempo e o próprio corpo humano transformam-se em mercadorias” (CORTEZ, 2009, p. 36). Desse modo, não é apenas as relações de mercado que são influenciadas por essas formas de consumo, mas, também, a subjetividades das pessoas, as formas com que se relacionam, seus hábitos e comportamentos. Nesse sentido,

Com a expansão da sociedade de consumo, amplamente influenciada pelo estilo de vida norte-americano, o consumo transformou-se em uma compulsão e um vício, estimulados pelas forças do mercado, da moda e da propaganda. A sociedade de consumo produz carências e desejos, tanto materiais quanto simbólicos, e os indivíduos passam a ser reconhecidos, avaliados e julgados por aquilo que consomem, vestem ou calçam, pelo carro e pelo telefone celular que exibem em público (CORTEZ, 2009, p. 37).

A lógica do consumo, que resultou na reconfiguração da sociedade, ocorreu, principalmente, a partir das mudanças estruturais decorrentes da Revolução Industrial (no século XVIII), na Europa ocidental. Contudo, na segunda metade do século XX, foi que o universo do consumo tornou-se questão central para o desenvolvimento econômico, para a expansão dos mercados e, conseqüentemente, para as “[...] novas relações e processos que se estabelecem no plano cultural das sociedades modernas” (RETONDAR, 2007, p. 138), produzindo a atual sociedade de consumo. De acordo com Bauman (2008, p. 38):

Um ponto de ruptura de enormes conseqüências, que poderíamos argumentar, merecia o nome de “revolução consumista”, ocorreu [...] com a passagem do consumo ao consumismo, e quando aquele, [...] tornou-se “especialmente importante, se não central” para a vida da maioria das pessoas, o “verdadeiro propósito da existência”. E quando “nossa capacidade de ‘querer’, ‘desejar’, ‘ansiar por’ e particularmente de experimentar tais emoções repetidas vezes de fato passou a sustentar a economia” do convívio humano.

Os objetos e bens de consumo são das mais diversas variedades e marcas (que se consagram no desejo de consumo e de consumir) e são ofertadas diuturnamente em mídias, publicidades, anúncios, meios de comunicação e redes sociais. Os homens se tornam dependentes dos bens de consumo, não conseguindo desvencilhar-se do desejo de compra e posse. Quanto mais as tecnologias evoluem, produtos mais modernos chegam ao mercado, estimulando ainda mais, a troca do antigo pelo novo, principalmente no que diz respeito aos eletrônicos. De acordo com Cortez (2009, p. 37):

A qualidade de vida e a felicidade têm sido cada vez mais associadas e reduzidas às conquistas materiais. Tal posicionamento acaba levando a um ciclo vicioso, em que o indivíduo trabalha para manter e ostentar um nível de consumo, reduzindo o tempo dedicado ao lazer e a outras atividades e relações sociais.

Dessa forma, a sociedade de consumo “[...] é o desejo inconsciente de não pensar mais no mundo exterior e em nossas faltas, doando a uma hiper-realidade brilhante a própria atividade de pensar. A hiper-realidade em substituição do prazer do pensamento” (WARAT, 2004, p. 374). O sentido da vida se perde para a noção do ter e adquirir. Esse cenário reflete não apenas uma nova sociedade, pautada na noção do consumo, mas também, dá abertura para uma nova forma de cultura: a cultura do consumo. Isso resulta na mercantilização de várias esferas da vida, não apenas do que é material, mas daquilo que é imaterial.

Muitas vezes, buscando a fuga de problemas pessoais e internos, o consumo é visto como forma de satisfação, algo que preenche lacunas, capaz de garantir uma felicidade momentânea (uma ilusão que é passada, também, com o auxílio das mídias e propagandas extremamente persuasivas). Por esse viés, “o consumo é uma instituição fetichista, uma cosmovisão imaginária que estabelece uma nova dimensão de salvação pela graça dos objetos” (WARAT, 2004, p. 373). E muito mais do que isso, o consumo também assume o papel de “[...] um sistema de valores ideológicos que se impõem por meio de coerções sociais inconscientes” (WARAT, 2004, p. 373). As pessoas ficam presas a ilusões que foram depositadas nos objetos, mas que, na verdade, só lhe trarão satisfações momentâneas e vazias. De acordo com Cortez (2009, p. 38):

[...] num mundo globalizado, onde a própria atividade política foi submetida às regras do mercado, o exercício da cidadania não pode ser desvinculado do consumo, que é uma das atividades onde atualmente sentimos que pertencemos a um grupo e que fazemos parte de redes sociais. O consumidor pode atuar de forma subordinada aos

interesses do mercado, ou pode não ser submisso às regras impostas de fora, erguendo-se como cidadão e desafiando os mandamentos do mercado. Além disso, o consumidor também pode ser crítico e optar por ser um cidadão ético, consciente e responsável, o que o leva também a novas formas de associação, de ação política, de lutas sociais e reivindicação de novos direitos.

Barber alude que as mudanças nas relações de consumo devem partir de cada um, como uma espécie de terapia. "Exigirão ação de cidadãos reengajados, bem como de consumidores resistentes" (2009, p. 291). A intenção é restaurar valores humanos múltiplos, fazendo do consumo material mais uma questão a ser readaptada e reconfigurada. Além disso, deve-se ter em mente que existem consequências da exploração desenfreada com o intuito de produção de mercadorias e bens de consumo, que podem ocasionar, principalmente, problemas de ordem ambiental. Até porque, a produção desses bens depende, exclusivamente, da matéria-prima encontrada no planeta. De acordo com Bauman (2008, p. 38):

Por toda a história humana, as atividades de consumo ou correlatas (produção, armazenamento, distribuição e remoção de objetos de consumo) têm oferecido um suprimento constante de "matéria prima" a partir da qual a variedade de formas de vida e padrões de relações inter – humanas pôde ser moldada, e de fato o foi, com a ajuda da inventividade cultural conduzida pela imaginação. De maneira mais crucial, como um espaço expansível que se abre entre o ato da produção e do consumo, cada um dos quais adquiriu autonomia em relação ao outro – de modo que puderam ser regulados, padronizados e operados por conjuntos de instituições mutuamente independentes.

Nesse cenário, é importante verificar quais os reflexos que as relações de consumo e, principalmente, o consumismo podem gerar no meio ambiente. A relação do ser humano com a natureza é extremamente predatória e o consumismo é aspecto central nesse cenário. Por isso, devem ser pensadas formas de promover uma relação entre o homem e o meio ambiente pautada no respeito e cuidado, visando a preservação e equilíbrio. Mas para isso, também é preciso identificar quais as barreiras para a adoção de um tratamento equilibrado em relação ao meio.

De fato, a transformação nessas relações exige a participação de todos, um novo olhar em relação às responsabilidades individuais e coletivas, pensando enquanto grupo, onde um depende do outro para sobreviver. Por essa razão, a próxima seção enfoca a possibilidade de adoção de uma nova racionalidade produtiva, mesmo diante de todos esses excessos no consumo, a fim de identificar alternativas para a melhoria das relações entre os seres humanos e meio ambiente.

3 A DEGRADAÇÃO AMBIENTAL E A NECESSIDADE DE UMA NOVA RACIONALIDADE PRODUTIVA

Por muito tempo, os recursos ambientais foram vistos como inesgotáveis, contudo, aos poucos o homem passou a perceber a finitude dos bens e serviços da natureza. Verificou-se a necessidade de preservação e conservação do meio ambiente natural e de suas riquezas, tendo em vista a própria sobrevivência humana. Desse modo, o ser humano percebe que os recursos ambientais são cruciais para a manutenção da vida de todas as espécies (humanas e não humanas) de forma plena e com qualidade vital.

O termo meio ambiente no Brasil, de acordo com Sirvinkas (2008), foi consagrado na Constituição Federal, na doutrina e na consciência da população. Procura-se proteger o meio ambiente natural das degradações protagonizadas pelo homem, com o fim de garantir o ambiente ecologicamente equilibrado para o próprio homem. A Lei n. 6.938/81 define o meio ambiente em seu artigo 3º, inciso I como: “[...] o conjunto de condições, leis, influências e interações de ordem física, química e biológica, que permite, abriga e rege a vida em todas as suas formas”. Sabe-se que, atualmente, é necessária uma tutela eficaz dos recursos ambientais, conservando-os para as presentes e futuras gerações, pois tais recursos são esgotáveis e sua exploração imoderada pode trazer sérios prejuízos à qualidade de vida das pessoas.

O modo de exploração capitalista e o consumismo fizeram com que a degradação ambiental atingisse níveis sem precedentes na história da humanidade. Muitos são os estudos e pesquisas que demonstram que o desenvolvimento industrial deixa um rastro de destruição dos recursos naturais. Esses recursos não são inesgotáveis, portanto, a proteção e conservação do meio ambiente natural é obrigação de todos, indistintamente, como também um direito de todos de desfrutar de um meio ambiente sadio e equilibrado, que proporcione uma vida de qualidade e com segurança para todas as espécies.

A degradação ambiental é causada pelo homem a partir de uma falta de consciência, responsabilidade, cuidado e ética ambiental. A falta de consciência com o uso dos recursos naturais causa a exaustão dos recursos que a natureza pode oferecer. Assim, o homem não exerce a alteridade com o meio natural que está inserido e, conseqüentemente, como parte da natureza, ao não preservá-la, é o protagonista de sua autodestruição, tendo em vista que seus atos não condizem com as demandas que garantem condição de vida saudável e um meio ambiente sadio e equilibrado.

A exploração dos recursos naturais sem a devida cautela e sem pensar nas consequências desastrosas ao meio ambiente e nos impactos ambientais acarreta consequências por vezes irreversíveis. Otsu (2005, p. 71) afirma que há um consumo desenfreado de produtos oriundos dos recursos naturais, sem haver a percepção daquilo que é suficiente. O homem busca o “ter”, sem ter a noção de que seu próprio consumo afeta o meio ambiente, “em termos ecológicos, aquele que deseja demais é, de forma direta ou indireta, um grande predador, e, aquele que busca apenas o suficiente, ou algo próximo disso, contribui para um mundo sustentável e equilibrado” (OTSU, 2005, p. 71).

Nos últimos anos, as mudanças climáticas se tornaram ainda mais notáveis, ao passo que os indivíduos têm sido cada vez mais afetados por eventos extremos como tornados, furacões, estiagens, pandemias (a exemplo da mais recente, causada pelo Covid-19), piora da qualidade do ar, fome e uma série de situações advindas da ação humana sobre a natureza, notadamente após a Revolução Industrial. Em relação ao aquecimento global, mais da metade do carbono dissipado na atmosfera foi emitido apenas nas últimas três décadas. E é a partir desse contexto que o mundo segue de forma rápida para mais de 4°C de aquecimento até o ano de 2100. Isso significa que “[...] regiões inteiras da África, da Austrália e dos Estados Unidos, partes da América do Sul ao norte da Patagônia e da Ásia ao sul da Sibéria ficariam inabitáveis devido ao calor direto, à desertificação e às inundações” (WALLACE-WELLS, 2019, p. 10).

As pessoas possuem uma extrema dificuldade em perceber essas mudanças climáticas por causa da sua aparente lentidão. São mudanças que ultrapassam gerações. Contudo, a partir de uma visão global dos efeitos, os dados tornam-se alarmantes, por exemplo, no ano de 2011, na Síria, em um contexto de guerra civil acentuado por mudanças climáticas e pela seca, onde “[...] cerca de 1 milhão de refugiados sírios foram despejados na Europa [...] e num sentido bastante real, grande parte do ‘momento populista’ que o Ocidente atravessa hoje é resultado do pânico produzido pelo choque dessas migrações” (WALLACE-WELLS, 2019, p. 11).

Conforme as projeções das Nações Unidas, até o ano de 2050 serão cerca de 200 milhões de refugiados do clima. Outro “ponto extremo” (ou pior cenário, que também é possível), é de que nos próximos trinta anos, é possível que haja “[...] um bilhão ou mais de pobres vulneráveis com pouca opção além de lutar ou fugir” (WALLACE-WELLS, 2019, p. 11), o que corresponde a mais pessoas do que a população atual da América do Norte e do Sul combinadas.

Esse cenário evidencia que a relação entre os homens e os recursos ambientais são extremamente desequilibradas, tendo em vista que há uso indiscriminado dos recursos disponíveis. Por isso, é necessário o comprometimento individual e coletivo, a conscientização e a denúncia dos efeitos do capitalismo, do consumismo e das grandes indústrias nesse processo, as mudanças nos padrões de consumo e o respeito às legislações ambientais. É preciso combater a exploração de recursos que fundamenta a crise que deixou de ser apenas ambiental e tornou-se socioambiental, ao passo que legitima desigualdades sociais.

Mas além disso, também é necessário pensar em uma nova racionalidade produtiva. De acordo com Leff (2009, p. 402):

A construção de um futuro sustentável coloca a necessidade de se construir uma nova racionalidade produtiva. [...] Esta racionalidade produtiva orienta-se para a satisfação das necessidades sentidas na sociedade e num processo de desenvolvimento sustentável baseado no equilíbrio ecológico e na justiça substantiva. Desta forma, o ambientalismo dá novo significado às necessidades, reorienta a sociedade e reatribui responsabilidades e capacidades de decisão ao conjunto dos atores econômicos e sociais; estabelece novos direitos sobre a gestão de seus recursos naturais, técnicos e culturais e promove novas potencialidades para o desenvolvimento das forças produtivas da sociedade. A gestão ambiental conjuga, assim, os objetivos da democracia política e econômica com a democracia social e cultural, através de um processo de descentralização econômica e política, fundado no ordenamento ecológico do território, na diversidade étnica e biológica do meio e na autogestão produtiva das comunidades.

Pensar em uma cultura ambiental é pensar na diversidade e no outro, visando um novo projeto de civilização que reflita sobre formas alternativas de desenvolvimento, conscientes da necessidade de preservar as condições fundamentais para os diversos ecossistemas e, também, preservando as diversas culturas humanas. Essa cultura ecológica necessita, ainda, que seja desconstruída a lógica do capital, além de "desconcentrar o poder para construir outra racionalidade social" (LEFF, 2009, p. 404).

A adoção de uma racionalidade ambiental possibilita o desenvolvimento de novos "[...] potenciais produtivos que transcendem o campo de possibilidades estabelecidas pelas condições do mercado", ou seja, rompe com a lógica capitalista, pois "[...] a perspectiva ambiental do desenvolvimento promove outra racionalidade produtiva, novas formas de vida social e uma diversidade de projetos culturais" (LEFF, 2009, p. 404).

A sociedade contemporânea vive uma crise planetária na relação do homem com o meio ambiente, devido ao consumo desenfreado dos bens naturais, sem ações de uso sustentável

que sejam realmente eficazes. Um projeto alternativo de sustentabilidade, na visão de Leff (2009, p. 405) deve ser

[...] fundado na participação direta dos produtores, da cidadania, dos indígenas e camponeses, dos povos dos diferentes ecossistemas (povos das florestas; povos ribeirinhos; povos do cerrado), na gestão de seus recursos ambientais. A democracia ambiental que está nascendo aparece como um processo de mobilização da sociedade na construção de formas de produção e diferentes estilos de vida, fundados numa nova ética, no potencial das sinergias dos processos ecológicos e culturais ampliados pelo poder da ciência e tecnologia e na energia social que geram os processos autogestionários e participativos. Conjugam-se, deste modo, o propósito de distribuição do poder com a descentralização das atividades produtivas [...]

Uma nova racionalidade apenas predominará quando se estabelecer um processo de transição para uma nova economia, que contemple a integração de espaços de autogestão e repense o uso de recursos em níveis locais e regionais, que possam, também, refletir nas políticas nacionais de sustentabilidade. Por isso, são necessárias transformações sociais, a participação cidadã na tomada de decisões, principalmente quando impactam em sua existência, criando estímulos para uma nova cultura política e novas opções de organização produtiva.

Dessa forma, compreende-se que a maior barreira em relação a tutela do meio ambiente reside no caráter individualista da propriedade e da lei mercadológica, que visa o lucro incessante às custas dos recursos naturais. Portanto, é preciso entender que o meio ambiente e todos os seus recursos, são muito mais que matérias-primas disponíveis para a fabricação de produtos. São, também, bens de titularidade coletiva, cuja obrigação, responsabilidade e compromisso com o cuidado e proteção são de todas as pessoas. É necessário desmistificar a ideia de interesses apenas privados ao se falar em tutela do bem ambiental e partir para um novo posicionamento moral e político, pois enquanto não houver uma relação harmoniosa do homem com a natureza visando preservá-la para as presentes e futuras gerações, há o risco de não mais existirem condições viáveis para a sobrevivência de várias espécies, inclusive a humana.

4 CONCLUSÃO

Os seres humanos, inseridos na lógica capitalista, não consomem de forma equilibrada e o mercado se apropria desse cenário para disponibilizar, cada vez mais, produtos supérfluos, que muitas vezes não são necessários para a sobrevivência humana. Além disso, a depender do grupo social a que pertencem, cada ser humano tem diferentes níveis de

necessidades, ou seja, definir o que é necessário ou supérfluo à vida humana, muitas vezes, é diferente de pessoa para pessoa. Há uma linha tênue entre consumo e consumismo, devendo haver uma reflexão aprofundada sobre as implicações das relações de consumo desequilibradas, principalmente para o meio ambiente.

O consumo também é considerado forma de pertencimento e de formação da identidade individual ou coletiva, de determinado grupo. Afinal, o que as pessoas possuem de bens materiais também define a qual classe social pertencem, ou aquilo que as identifica. Portanto, a cultura do consumo também rege as relações humanas, o que é preocupante, pois isso ocasiona uma falta de consciência sobre o que o excesso de consumo pode implicar no meio ambiente, principalmente quanto a exploração dos recursos naturais. Sendo assim, a degradação ambiental pode ser ainda mais intensificada, exigindo que uma nova racionalidade produtiva seja adotada para contornar esse cenário.

A degradação ambiental advinda da exploração ambiental implica na escassez de recursos naturais, os quais tornam-se insuficientes para satisfazer a demanda produtiva e, conseqüentemente, afetam o equilíbrio natural e iniciam mudanças climáticas severas. Não é por acaso que a degradação ambiental ficou ainda mais visível após a intensificação da produção industrial e a massiva produção de bens, pois esse processo é central nas mudanças climáticas, principalmente quando não são adotadas medidas que estejam em consonância com a preservação ambiental.

Esse cenário também intensificou o diálogo sobre novas formas de pensar o processo econômico, pois percebeu-se as implicações da ação humana na escassez de recursos, no desequilíbrio ambiental e na própria qualidade da vida humana. Por essa razão, a sustentabilidade ambiental deve nortear o debate do processo econômico, ao passo que, continuar no mesmo ritmo de exploração ambiental afetará sobremaneira as condições de vida do planeta.

Nesse cenário, pensar em uma nova racionalidade produtiva torna-se essencial para a sobrevivência da espécie humana. Novas formas de produção que reconheçam a necessidade de agir de forma mais harmônica com o meio ambiente, caracterizadas, também, pela solidariedade com o outro, pela consciência coletiva, por hábitos mais reflexivos acerca do consumo, do essencial e do supérfluo. Uma mudança que deve partir de cada um, mas também daqueles que detém o poder da esfera econômica e produtiva pois, se não houver o equilíbrio com o meio ambiente, a vida humana se tornará insustentável.

REFERÊNCIAS

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

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

BRASIL. **Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981**. Dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação, e dá outras providências. Brasília, DF. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6938.htm. Acesso em: 24 ago. 2022.

CORTEZ, Ana Tereza Caceres. Consumo e desperdício: as duas faces das desigualdades. In: CORTEZ, A. T. C.; ORTIGOZA, S. A. G. (Orgs). **Da produção ao consumo**: impactos socioambientais no espaço urbano. São Paulo: Editora UNESP; Cultura Acadêmica, 2009. pp. 35-62.

LEFF, Henrique. **Ecologia, Capital e Cultura**: a territorialização da racionalidade ambiental. Petrópolis. RJ: Vozes, 2009.

OTSU, Roberto. **A sabedoria da natureza**. São Paulo: Ágora, 2005

RETONDAR, Anderson Moebus. A (re)construção do indivíduo: a sociedade de consumo como “contexto social” de produção de subjetividades. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 23, n. 1, p. 137-160, jan./abr 2008.

SIRVINKAS, Luís Paulo. **Tutela constitucional do meio ambiente**. São Paulo, SP: Saraiva, 2008.

WALLACE-WELLS, David. **A terra inabitável**: uma história do futuro. São Paulo: Cia das Letras, 2019

WARAT, Luis Alberto. **Territórios desconhecidos**: a procura surrealista pelos lugares do abandono do sentido e da reconstrução da subjetividade. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2004.

Submetido em 09.10.2022

Aceito em 18.10.2022