

# CAPITALISMO E CONSUMISMO: OS DESAFIOS DO CONSUMO SUSTENTÁVEL NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

*CAPITALISM AND CONSUMERISM: THE CHALLENGES OF SUSTAINABLE CONSUMPTION IN CONTEMPORARY SOCIETY*

**Maria Beatriz Oliveira da Silva<sup>1</sup>**

Professora de Direito e Sustentabilidade do Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, Santa Maria/RS, Brasil)

**Valdirene Silveira Flain<sup>2</sup>**

Mestre em Direito pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, Santa Maria/RS, Brasil)

**ÁREA(S) DO DIREITO:** direito do consumidor.

**RESUMO:** O consumismo é a ideologia que permeia a sociedade contemporânea, que visa mais aos valores e significados dos produtos que consomem do que à real satisfação das necessidades. A

ideologia capitalista está voltada para interesses mercadológicos, com vistas à obtenção do lucro. Em uma dinâmica insustentável de insaciabilidade, voracidade e subestimação da natureza e da humanidade, as pessoas consomem produtos desnecessários, o que aumenta

---

<sup>1</sup> Doutora em Direito com tese defendida em Direito Ambiental no Criveau (Centro de Pesquisa Interdisciplinar em Direito Ambiental e Urbanismo da Universidade de Limoges, França), sob a orientação do Professor Michel Prieur. Mestrado em Direitos Sociais e Políticas Públicas pela Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc). Graduação em Direito e Letras. Pesquisadora do CNPq e Coordenadora do Projeto Direito, Marxismo e Meio Ambiente. Coordenadora dos projetos de extensão “O Direito Achado na Rua” e “Direito em Canto & Verso” na UFSM. *E-mail:* biabr@hotmail.fr. Currículo: <<http://lattes.cnpq.br/9250920062835623>>.

<sup>2</sup> Mestre em Direito pelo Programa de Pós-Graduação em Direito, com ênfase em Direitos Emergentes na Sociedade Global - Linha de Pesquisa: Direitos na Sociedade em Rede. Especialista em Direito Civil e Direito Processual Civil. Bacharel em Direito. Membro do Centro de Estudos e Pesquisa em Direito e Internet (Cepedi). Pesquisadora. Advogada. *E-mail:* valflain@gmail.com. Currículo: <<http://lattes.cnpq.br/0672435671979149>>.

o descarte de resíduos. A pesquisa pretende, por meio do método dialético, fazer uma análise dos limites e as possibilidades de se estabelecer uma consciência ética voltada ao consumo sustentável na sociedade contemporânea, em face do consumo excessivo ditado pelo sistema capitalista. Utilizou-se o método monográfico para a seleção da bibliografia. Dividiu-se o trabalho em dois principais capítulos. O primeiro trata da ideologia capitalista na sociedade contemporânea. No segundo, analisam-se os limites e as possibilidades de se estabelecer uma consciência ética, voltada para o consumo sustentável nessa mesma sociedade. Assim, compreende-se que por meio da informação e educação para o consumo é passível de estabelecer uma nova consciência ética voltada para o consumo sustentável, capaz de manter a harmonia entre o homem e a natureza.

**ABSTRACT:** *Consumerism is the ideology that permeates contemporary society, which aims to further the values and meanings of the products they consume, than the actual satisfaction of needs. Capitalist ideology is focused on market interests, in order to obtain profit. An unsustainable dynamic of insatiability, greed and underestimation of nature and humanity, people consume unnecessary products which increases waste disposal. The research intends, through the dialectical method, to analyze the limits and possibilities of establishing an ethical conscience focused on sustainable consumption in contemporary society, in view of the excessive consumption dictated by the capitalist system. We used the monograph method for the selection of the bibliography. The work was divided into two main sections. The first deals with the capitalist ideology in contemporary society. In the second, we analyze the limits and possibilities of establishing an ethical awareness, focused on sustainable consumption in this same society. Thus, it is understood that through information and education for consumption it is possible to establish a new ethical conscience aimed at sustainable consumption, capable of maintaining harmony between man and nature.*

**PALAVRAS-CHAVE:** consumismo; capitalismo; sustentabilidade.

**KEYWORDS:** *consumerism; capitalism; sustainability.*

**SUMÁRIO:** Introdução; 1 A ideologia capitalista do consumismo na sociedade contemporânea; 2 Limites e possibilidades do direito à informação como balizador para um consumo sustentável; Conclusão; Referências.

**SUMMARY:** *Introduction; 1 Ideology capitalist of consumerism in contemporary society; 2 Limits and possibilities of the right to information as facilitator for a sustainable consumption; Conclusion; References.*

## INTRODUÇÃO

Com o final da Guerra Fria e a predominância do sistema capitalista, sobreveio o desenvolvimento tecnológico que possibilitou um amplo progresso industrial e a transformação na forma de produção e distribuição de produtos, e da própria vida em sociedade. Isso porque no sistema capitalista a capacidade de produção se tornou ilimitada, com o objetivo de induzir ao consumo e obter lucros cada vez maiores, soterrando as antigas formas de produção social. Para atingir esse fim, o capitalismo se utiliza de meios ideológicos, tecnológicos e sociais capazes de intensificar o consumo, aumentar os rendimentos, monopolizar os meios de produção e acumular capital nas mãos de poucos.

A sociedade contemporânea, apelidada de sociedade de consumo, atende aos apelos e à ideologia do sistema capitalista, e consome excessivamente, muitas vezes sem uma real necessidade. Nessa sociedade, o consumismo é induzido pela grande oferta de produtos e pela publicidade que cria a necessidade de adquirir novos objetos e satisfazer desejos, fortalecendo identidades individuais e laços sociais por meio da aquisição de bens. Nessa sociedade, a ideologia capitalista atribui sentido aos objetos e os usos que são atribuídos a eles representam os símbolos de uma necessidade de pertencimento a um grupo. Dessa forma, a ideologia capitalista legitima o consumismo, favorece e permite essas realizações e aposta no consumo como elemento de progresso. Assim, o consumo é padronizado e molda as relações entre os indivíduos.

Nessa lógica, o aumento do consumo desenvolve a economia e a sociedade, gerando lucro ao comércio e às grandes empresas, aumenta o número de vagas de emprego e a renda do trabalhador. No entanto, em contrapartida, esse consumo excessivo resulta em acúmulo de resíduos na natureza e mais exploração de recursos naturais, inclusive em países pobres, causando a degradação dos ecossistemas e das economias locais, para transformar em matéria-prima. Nessa perspectiva, a presente pesquisa propõe uma reflexão sobre os limites e as possibilidades de se estabelecer, por meio da informação e da educação para o consumo, uma consciência ética voltada ao consumo sustentável na sociedade contemporânea.

Essa é a problemática que o presente trabalho pretende analisar por meio do método dialético, que vai permitir, através da sua ação recíproca, um cotejo entre os limites e as possibilidades de se estabelecer uma consciência voltada a

um consumo sustentável na sociedade contemporânea, com vistas à proteção dos recursos naturais em face do consumismo inconsciente e excessivo ditado pela ideologia capitalista. Para tanto, utilizou-se o método monográfico para a seleção da bibliografia e como técnica de pesquisa, análise bibliográfica, documental e fichamentos.

Dividiu-se o trabalho em dois principais capítulos. O primeiro trata da ideologia capitalista firmemente estabelecida na sociedade contemporânea. No segundo momento, analisam-se os limites e as possibilidades de, por meio da informação e da educação para o consumo, estabelecer uma consciência ética voltada para um consumo sustentável na sociedade contemporânea.

## **1 A IDEOLOGIA CAPITALISTA DO CONSUMISMO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA**

Neste capítulo, pretende-se fazer uma breve abordagem sobre ideologia e ideologia capitalista, dando ênfase às suas respectivas funções, que transformaram a forma de viver na sociedade contemporânea.

A ideologia se refere à “produção de sentidos explicativos, de significados derivados de uma determinada visão de mundo que, no limite, acaba se comportando como um critério de aprovação ou reprovação das condutas humanas”, como um critério de “definição das redes de afinidades estabelecidas entre os parceiros e adversários em disputas<sup>3</sup> políticas que envolvem o cotidiano e o destino da coletividade” (Layrargues, 2003).

Assevera Chauí (2015, p. 6) que a origem do capitalismo só pode ser uma: “O processo de separação entre o trabalhador e a propriedade das condições de seu trabalho, processo que, por um lado, converte em capital os meios sociais de vida e de produção, enquanto, por outro lado converte os produtores diretos em assalariados”. Por conseguinte, o assalariado é o que se convencionou chamar de “homem livre moderno”. Segundo a referida autora, esse homem moderno se apresenta de duas formas diferentes: como burguês, proprietário privado das condições do trabalho, e como trabalhador, desprovido dessas condições, “liberado” da servidão, mas também despojado dos meios de trabalhar. O capital acumula e se reproduz por meio da exploração do trabalho, “o lado livre

---

<sup>3</sup> Precisam, portanto, contrapor à ideia dominante de nação uma outra, popular, que negue a primeira. Uma história concreta não perde de vista a origem de classe das ideias de uma época, nem perde de vista que a ideologia nasce para servir aos interesses de uma classe e que só pode fazê-lo transformando as ideias dessa classe particular em ideias universais (Chauí, 2015, p. 37).

e espiritual do trabalho é o burguês, que determina os fins, enquanto o lado mecânico e corpóreo do trabalho é o trabalhador, simples meio para fins que lhe são estranhos". Portanto, tem-se, de um lado, a liberdade; do outro lado, "a 'necessidade', isto é, o autômato" (Chauí, 2015, p. 6).

Dessa forma, ao tornar o produtor direto um trabalhador livre e assalariado, o capitalismo transformou a sua força de trabalho em uma mercadoria como outra qualquer, oferecida pelo mercado. Nesse sistema, que é baseado no livre comércio, regido pela lei do valor e pelo capital pertence às empresas privadas, é preciso contratar e explorar essa farta mão de obra produtora, que foi separada das condições de produção, mas não pode parar de produzir e consumir<sup>4</sup>. Isso porque os homens precisam de meios materiais para viver, tais como alimentação, habitação e vestuário, por isso necessitam vender a sua força de trabalho para sobreviver. Nessa relação de exploração do homem pelo homem, pelo fato de os capitalistas possuírem os meios de produção e de subsistência, os trabalhadores são obrigados a vender a sua mão de obra ou ficam incapacitados de viver. Entretanto, ao contrário do burguês que possui a sua disposição os meios de produção e desfruta de tudo que é produzido, esse trabalhador assalariado não pode dispor de tudo que é produzido por ele, inclusive a maioria deles vive na miséria.

A ideologia capitalista se mantém em função da acumulação de grandes quantidades de recursos financeiros nas mãos de poucos e a existência de pessoas livres, mas que não possuem os meios de produção e de subsistência e necessitam vender a sua força de trabalho para poder viver. Em relação ao monopólio dos meios de produção e a exploração do homem pelo homem, importante mencionar as palavras de Chauí (2015, p. 23):

Quando Marx afirma que as relações sociais capitalistas aparecem tais como são, que o aparecer e o ser da sociedade capitalista se identificaram, ele o diz porque houve uma gigantesca inversão na qual o social vira coisa e a coisa vira social. t: isto a realidade capitalista. Uma pergunta nos vem agora: Por que os homens conservam essa realidade? Como se explica que não percebam a retificação? Como

---

<sup>4</sup> O consumo excessivo leva à exploração sem limites dos recursos naturais, inclusive em países pobres, causando a degradação dos ecossistemas e das economias locais, afastando os trabalhadores do seu próprio meio de subsistência. Esses trabalhadores, ao ficarem sem os seus meios de subsistência, irão migrar para áreas industriais e venderão a sua mão de obra para sobreviver.

entender que o trabalhador não se revolte contra uma situação na qual não só lhe foi roubada a condição humana, mas ainda é explorado naquilo que faz, pois seu trabalho não pago (a mais-valia) é o que mantém a existência do capital e do capitalista? Como explicar que essa realidade nos apareça como natural, normal, racional, aceitável? De onde vem o obscurecimento da existência das contradições e dos antagonismos sociais? De onde vem a não percepção da existência das classes sociais, uma das quais vive da exploração e dominação das outras? A resposta a essas questões nos conduz diretamente ao fenômeno da ideologia.

Dessa maneira, a ideologia capitalista mantém os trabalhadores presos, sem resistência ao que lhes é oferecido. Assim, esses trabalhadores, dominados, levaram a sério o que os burgueses, dominadores, propõem e insistem na ideologia que os escraviza. Nesse sentido, a ideologia teria a função geral de integração e coesão social, legitimando, entre outras coisas, as ideias hegemônicas das classes dominantes de cada época. Significa dizer que a classe que possui a força material, os meios de produção e, ao mesmo tempo, a força “espiritual” dominante, isto é, a fonte de produção ideológica simbólica dita as regras e os comportamentos sociais (Chauí, 2015, p. 37).

A função da ideologia hegemônica é a de ocultamento da realidade, por meio da “inversão” da consciência, causando alienação e sendo capaz de neutralizar movimentos subversivos, de ideologia contra-hegemônica, ameaçadores do *status quo*, da ideologia hegemônica dominante. Aproveitando-se da alienação, a ideologia hegemônica promove a apropriação da ideologia contra hegemônica e incorpora elementos menos ameaçadores, por meio da desarticulação e rearticulação, mas abdica dos elementos contestatórios altamente ameaçadores passíveis de comprometer o núcleo ideológico dominante. Assim, no embate entre ideologia hegemônica<sup>5</sup> e contra-hegemônica, na busca de fundamentar

---

<sup>5</sup> Com esse discurso, a ideologia hegemônica consegue adesão social e se consolida o consenso universal de que todos, indistintamente, somos culpados e ninguém pode culpar ninguém, especificamente, pela crise ambiental. São reveladas verdades parciais pela ideologia hegemônica, pois se tratam de problemas ambientais locais e atuais que ameaçam determinados sujeitos hoje. Da mesma forma, quanto aos conflitos sociais em torno do acesso e uso dos recursos naturais, assim como quanto a revelar que os dominantes são mais responsáveis que os dominados, esses também são mais atingidos pelos riscos ambientais (Layrargues, 2003).

uma visão de mundo que justifique de forma coerente a situação social, cada qual procura apresentar a melhor versão da “verdade”, já que a preocupação é persuadir a fim de conquistar adesão (Layrargues, 2003).

Nessa senda, a lógica capitalista de desenvolvimento transformou os processos de produção, a utilização de máquinas e novas matérias-primas, houve um crescente desenvolvimento motivado por uma ideologia de progresso, mas sem observar as consequências sobre o meio ambiente. A indústria passou a extrair mais bens da natureza e incrementar com tecnologia, produzindo novos produtos e em grande escala, para atender ao aumento gradativo da população<sup>6</sup> (Junges, 2010, p. 71). O resultado disso vai além da exploração de recursos e do acúmulo e descarte de resíduos, mas inclui as próprias reações químicas e a liberação de rejeitos industriais na natureza, necessárias à transformação da matéria-prima em produto final.

Corroborando, menciona Marcuse (1973, p. 29) que o caráter racional de sua irracionalidade é um dos aspectos mais perturbadores da civilização industrial desenvolvida. Destaca-se, nessa sociedade industrial, além da produtividade e da eficiência, a capacidade para aumentar e disseminar comodidades, converter o resíduo em necessidade e a destruição em construção. Segundo o referido autor, a própria noção de alienação se torna questionável, considerando o grau com que essa sociedade transforma o mundo objetivo em uma extensão da mente e do corpo humanos. Desse modo, transforma, também, o próprio mecanismo que fixa o indivíduo à sua sociedade, visto que o controle social está ancorado nas novas necessidades que ela produziu. Assim, as pessoas passam a se reconhecerem em suas mercadorias e “encontram sua alma em seu automóvel, *hi-fi*, casa em patamares, utensílios de cozinha” (Marcuse, 1973, p. 29).

Dessa forma, a ideologia capitalista está sempre se reinventando, buscando novos significados e justificativas para se manter, e tem na ideologia do consumismo uma grande aliada. Isso porque o consumismo mantém a força material de quem detém os meios de produção, ou seja, a classe dominante. E essa classe dominante é a fonte de produção ideológica simbólica que, por meio

---

<sup>6</sup> Nessa senda, para “compreender a sociedade contemporânea, precisamos entender como a cultura vem sendo colonizada pelo capital e como tal colonização tem efeitos devastadores sobre a política, as lutas de resistência e os anseios de emancipação”. O capitalismo global não é somente baseado no conhecimento, mas, ao “canibalizar as culturas”, “ameaça as próprias bases das sociedades porque dissolve a diversidade cultural do planeta através de uma instrumentalização cada vez mais intensa e acelerada” (Santos, 2005, p. 127).

da ideologia do consumismo, difundida pela cultura de massas, concretiza os lucros capitalistas.

Diante do exposto, para uma melhor compreensão do trabalho, neste momento, faz-se necessário discorrer sobre consumo e consumismo na sociedade contemporânea ou sociedade de consumidores. Na “sociedade de consumidores”, “os encontros dos potenciais consumidores com os potenciais objetos de consumo tendem a se tornar as principais unidades na rede peculiar de interações humanas”. Ou seja, o ambiente existencial da “sociedade de consumidores” se distingue por uma reconstrução das relações humanas a partir do padrão, e à semelhança, das relações entre os consumidores e os objetos de consumo”. Ainda, nas palavras de Bauman (2008, p. 19):

Esse feito notável foi alcançado mediante a anexação e colonização, pelos mercados de consumo, do espaço que se estende entre os indivíduos – esse espaço em que se estabelecem as ligações que conectam os seres humanos e se erguem as cercas que os separam. Numa enorme distorção e perversão da verdadeira substância da revolução consumista, a sociedade de consumidores é com muita frequência representada como se estivesse centralizada em torno das relações entre o consumidor, firmemente estabelecido na condição de *sujeito* cartesiano, e a mercadoria, designada para o papel de *objeto* cartesiano, ainda que nessas representações o centro de gravidade do encontro sujeito-objeto seja transferido, de forma decisiva, da área da contemplação para a esfera da atividade.

Quando se trata de atividade, o sujeito cartesiano *pensante* (que percebe, examina, compara, calcula, atribui relevância e torna inteligível) se depara – tal como ocorreu durante a contemplação – com uma multiplicidade de objetos espaciais (de percepção, exame, comparação, cálculo, atribuição de relevância, compreensão), mas agora também com a tarefa de *lidar* com eles: movimentá-los, apropriar-se deles, usá-los, descartá-los.

Nessa lógica, o consumismo é o motor que alimenta e mantém a ideologia da produção voltada ao lucro, é a patologia da sociedade de consumidores, motivada pelo desejo de adquirir produtos sem levar em conta a necessidade, mas somente o valor que eles representam na sociedade e logo descartá-los. Portanto, criam-se necessidades para justificar o consumo, e as pessoas, induzidas pela publicidade, compram compulsivamente e de maneira desordenada e sem nenhum critério (Bauman, 2008). Seguindo na lógica capitalista, Marcuse (1973, p. 63) refere que o crescente produto excedente é criado pela produtividade crescente do trabalho que distribuído permite aumentar o consumo. O autor afirma que, “enquanto prevalecer essa constelação, ela reduzirá o valor de uso da liberdade, não havendo razão alguma para insistir na autodeterminação se a vida administrada for confortável e até ‘boa’”. Segundo ele, o comportamento unidimensional necessita desse terreno racional e material para a unificação dos opostos. Assim, as forças políticas transcendentais *dentro* da sociedade são impedidas, por essa base, e somente do exterior a transformação qualitativa parece possível.

Nesse sentido, Jean Baudrillard (1981) e Zygmund Bauman (2008) asseveram que a sociedade pós-moderna é uma sociedade de consumo, em que tudo se torna “transitório” e, por conseguinte, “descartável”. Ressalta Baudrillard (1981) que a sociedade de consumo surge quando o elemento cultural e ideológico passa a conduzir cada vez mais o processo de consumo. Nesse caso, as necessidades se voltam mais aos valores de uso do que aos “objetos”, e a satisfação se efetiva, primeiramente, por meio da adesão a esses valores. Ou seja, o valor de uso é, no fundo, um alibi para o valor de troca-sigmo.

Bauman (2008) afirma que o novo indivíduo consumista assume características líquidas e busca o prazer imediato ao consumir, e o consumo deixa de ser meramente um elemento de distinção para ser o elemento de inclusão por excelência. O autor refere que para essa nova sociedade não interessa a durabilidade<sup>7</sup> das mercadorias, já que logo serão descartadas, pois é preciso movimentar o mercado de consumo para a produção de outros objetos inovadores. Por isso, não há lealdade aos objetos adquiridos com a intenção de consumir.

<sup>7</sup> O ritmo vertiginoso da mudança desvaloriza tudo o que possa ser desejável e desejado hoje, assinalando-o desde o início, como o lixo de amanhã, enquanto o medo do próprio desgaste que emerge da experiência existencial do ritmo estonteante da mudança instiga os desejos a serem mais ávidos, e a mudança, mais rapidamente desejada... (Bauman, 2008).

Por conseguinte, Baudrillard (1981) também apresenta a crítica de que as pessoas, com o passar do tempo, além de consumirem produtos sem uma real necessidade, passaram a desperdiçar mais. Ou seja, têm gastos para consumirem mercadorias desnecessárias. Refere, ainda, o autor que o consumo se transformou na moral do mundo contemporâneo, pois se percebe um esvaziamento das relações humanas. Para preencher esse vazio se busca prazer, satisfação e conforto, consumindo produtos muitas vezes desnecessários ou cujas necessidades são criadas pelo mercado.

Salienta Bauman (2008) que os consumidores recebem grandes quantidades de informativos, de lojas, contendo oferta de mercadorias e precisam adquirir algum dos produtos oferecidos se quiserem manter a posição social e proteger a autoestima. Entretanto, importa destacar que consumo é diferente de consumismo, no consumo as pessoas adquirem somente aquilo que lhes é necessário. Entretanto, o consumismo se baliza pelos gastos excessivos em mercadorias desnecessárias e supérfluas, induzidos pela publicidade. Mas também pelo apego aos bens materiais, que começou a se desenvolver nas décadas anteriores e se fortaleceu na sociedade contemporânea, tendo seu ápice na sociedade atual<sup>8</sup> (Bauman, 2008).

O consumo descomedido é determinado pelo intenso desejo de reconhecimento social, pela necessidade de fazer parte, a qualquer custo, de um determinado grupo e pelo forte apego a bens materiais. Essas são as características marcantes da sociedade contemporânea, em que o sucesso pessoal é medido pelo grande consumo de bens materiais, acirrado por uma competitividade sem limites: se gasta o que não se tem para parecer o que não é.

No entanto, imperioso referir que esse consumo exagerado está levando o planeta a um ponto crítico, em função da degradação dos recursos naturais. Nessa lógica, se todos tivessem os mesmos níveis de consumo de um cidadão norte-americano, por exemplo, a Terra não suportaria, e seriam necessários quatro planetas Terra. Todavia, temos um planeta Terra, e os norte-americanos que consomem além da média precisariam diminuir a sua pegada, possibilitando

---

<sup>8</sup> Além disso, “as sociedades não podem continuar a incorrer no desperdício que conhecemos, degradando sistematicamente a biosfera, multiplicando a poluição, esgotando os recursos que são em quantidade limitada”. Ademais, “nós não somos malthusianos, nós constatamos simplesmente que o crescimento é exponencial, contínuo e - ele mesmo em crise - torna-se necessário conceber uma nova maneira de produzir, consumir e de viver” (Moscovici, 2007, p. 38).

aos que consomem menos usufruir o direito ao acesso a bens de consumo (Junges, 2010, p. 64).

Além do mais, não é concebível que as sociedades continuem a incidir no desperdício, degradando sistematicamente a biosfera, aumentando a poluição e esgotando os recursos ambientais, que são limitados. Portanto, faz-se necessário conceber uma nova maneira de produzir, consumir e viver (Moscovici, 2007, p. 38). Nessa perspectiva, o próximo capítulo vai abordar, brevemente, o tema sustentabilidade, os limites e as possibilidades de se estabelecer uma consciência ética voltada ao consumo sustentável na sociedade contemporânea.

## **2 LIMITES E POSSIBILIDADES DO DIREITO À INFORMAÇÃO COMO BALIZADOR PARA UM CONSUMO SUSTENTÁVEL**

Para uma melhor compreensão, este capítulo trata, em um primeiro momento, do conceito de sustentabilidade. Mas, como esse termo não pode ser compreendido de forma isolada, mas de forma contínua, aberta e integrativa, serão abordadas, de forma sumariada, as cinco dimensões de desenvolvimento sustentável. Em um segundo momento, serão abordados os limites e as possibilidades de o direito à informação servir como balizador para se estabelecer uma consciência voltada a um consumo sustentável.

### **2.1 O CONCEITO DE SUSTENTABILIDADE E SUAS DIMENSÕES**

Neste subcapítulo, pretende-se abordar o tema sustentabilidade, principalmente a partir dos autores José Eli da Veiga e Juarez Freitas.

Refere Veiga (2010) que, até o final dos anos 1970, o termo “sustentável” não passava de um “jargão técnico usado por algumas comunidades científicas para evocar a possibilidade de um ecossistema não perder a sua resiliência, mesmo estando sujeito à agressão humana”.

Segundo o referido autor, o termo começou a ser utilizado para qualificar desenvolvimento, nos anos 1980, na Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, no Rio de Janeiro. Todavia, em junho de 1992, a noção de sustentabilidade foi colocada “sob suspeita”, tanto pela direita quanto pela esquerda. Atualmente, com a evolução do termo, o substantivo sustentabilidade, “passou a servir gregos e troianos quando querem exprimir vagas ambições de continuidade, durabilidade ou perenidade”, levando muitos a reclamarem por uma definição precisa, sem levar em conta que se trata de um novo valor (Veiga, 2010).

Importa referir que o termo sustentabilidade não pode ser entendido como conceito e, sim, como um valor, que prescinde da durabilidade de organizações e empresas, mas, ao contrário, o desenvolvimento sustentável pode representar um fenômeno conhecido entre os especialistas como “destruição criativa”. O autor aborda três vertentes da sustentabilidade: a convencional, que afirma que o melhor caminho para se conseguir sustentabilidade seria maximizar o crescimento econômico; a ecológica, que afirma que nações com altíssimo desenvolvimento deveriam começar a planejar uma transição para o modo mais avançado de prosperidade, sem crescimento, “condição estável”; a que está em busca de uma terceira via, considera que a convencional é inconsistente e a ecológica, impraticável. Essa terceira via aposta na progressiva reconfiguração do processo produtivo (Veiga, 2010).

Acrescenta Freitas (2012) que sustentabilidade é princípio e é valor constitucional, de caráter vinculante, que tem o condão de modificar profundamente o nosso modo de ver e praticar direitos e deveres. Revela que o modelo da insaciabilidade e do crescimento econômico ilimitado tem de ceder à economia verde e à sensata visão em longo prazo. Nesse sentido, é um “dever ético e jurídico-político de viabilizar o bem-estar no presente, sem prejuízo do bem-estar no futuro, próprio e de terceiros”. Quanto ao conceito proposto para o princípio da sustentabilidade, segundo Freitas (2012, p. 41):

[...] trata-se do princípio constitucional que determina, com eficácia direta e imediata a responsabilidade do Estado e da sociedade pela concretização solidária do desenvolvimento material e imaterial, socialmente inclusivo, durável e equânime, ambientalmente limpo, inovador, ético e eficiente, no intuito de assegurar, preferencialmente de modo preventivo e precavido, no presente e no futuro, o direito ao bem-estar. [...] Estão reunidos os elementos indispensáveis para um conceito operacional de sustentabilidade eficaz, a saber: (1) a natureza de princípio constitucional diretamente aplicável, (2) a eficácia (encontro de resultados justos, não mera aptidão para produzir efeitos jurídicos), (3) a eficiência (o uso de meios idôneos), (4) o ambiente limpo (descontaminado e saudável), (5) a probidade (inclusão explícita da dimensão ética), (6) a prevenção

(dever de evitar danos certos), (7) a precaução (dever de evitar danos altamente prováveis, (8) a solidariedade intergeracional, com o reconhecimento dos direitos das gerações presentes e futuras, (9) a responsabilidade do Estado e da sociedade e (10) o bem-estar (acima das necessidades materiais). Nenhum desses elementos pode faltar ao conceito, sob pena de reducionismo indesejável.

No sentido proposto por Freitas (2012, p. 41), percebe-se que o desenvolvimento sustentável não é uma contradição em termos, tampouco se confunde com o delírio do crescimento econômico como fim em si. Conforme o referido autor, se assimilada de forma correta, a sustentabilidade traduz-se em assegurar, hoje, o bem-estar material e imaterial, sem inviabilizar no futuro o bem-estar próprio e o alheio. Ou seja, refere-se à utilização responsável e consciente dos recursos naturais, evitando-se ao máximo os desperdícios e as agressões à natureza. A exploração de forma planejada, mantendo e garantindo que as futuras gerações também possam desfrutar da qualidade desses recursos.

Sendo assim, Freitas (2012, p. 17) propõe que “a sustentabilidade somente poderá ser compreendida como um processo contínuo, aberto e integrativo de, pelo menos, cinco dimensões do desenvolvimento”. Quais sejam: 1) dimensão social; 2) dimensão ética; 3) dimensão ambiental; 4) dimensão econômica; e 5) dimensão jurídico-política.

Conforme o autor supramencionado, a dimensão social da sustentabilidade requer: “a) o incremento da equidade intra e intergeracional; b) a gestão aperfeiçoada de processos, que assegurem condições favoráveis ao florescimento virtuoso das potencialidades humanas, especialmente no atinente a educação de qualidade” (Freitas, 2012, p. 18).

Quanto à dimensão ética da sustentabilidade, essa acolhe: “(a) a ligação de todos os seres, acima do antropocentrismo estrito; (b) o impacto retroalimentador de ações e omissões; (c) a exigência moral de universalização concreta, tópico-sistemática, do bem-estar duradouro” (Freitas, 2012, p. 18).

Na dimensão ambiental da sustentabilidade: a) não pode haver qualidade de vida em ambiente degradado; b) o hiperconsumismo haverá de ser confrontado nos países mais ricos; c) não pode perdurar a espécie humana, sem o zeloso resguardo da sustentabilidade ambiental, em tempo útil (Freitas, 2012,

p. 18). Em relação à dimensão econômica da sustentabilidade, Freitas (2012, p. 18) afirma que:

(a) É indispensável lidar adequadamente com custos e benefícios, diretos e indiretos, bem como efetuar o pertinente *trade-off* entre eficiência e equidade intra e intergeracional; (b) a economicidade implica o combate ao desperdício lato sensu, bem como o incremento da poupança pública, da taxa de investimentos, da responsabilidade fiscal e do limite regulatório do poder (público e privado), tendo toda e qualquer propriedade de cumprir a função (social, econômica e de equilíbrio ecológico); (c) a regulação estatal do mercado precisa acontecer de maneira que a eficiência guarde comprovada e mensurável subordinação à eficácia.

Por derradeiro, a dimensão jurídica da sustentabilidade, que para o presente trabalho é importantíssima, pois “supõe outra concepção de trabalho, consumo e produção, com a ampliação da tutela do consumidor atual e – convém não estranhar do consumidor futuro” (Freitas, 2012, p. 68). Assim, nessa dimensão, a sustentabilidade assume feições de (Freitas, 2012, p. 18):

(a) Princípio constitucional, imediata e diretamente vinculante (CF, arts. 225, 3º, 170, VI), que requer nova interpretação jurídica, conducente ao estado Sustentável, assim como preconizado nos Capítulos 9 a 10; (b) norma que determina, a partir da revisão de titularidades (admitidos os direitos de gerações futuras a eficácia intertemporal de todos os direitos fundamentais (não apenas os de terceira dimensão); (c) critério que permite afirmar a antijuridicidade das condutas causadoras de danos intergeracionais, tais como as práticas deploráveis do patrimonialismo [...].

Percebe-se, pelo que foi exposto, que de alguma forma todas as dimensões estão conectadas, sendo, portanto, necessária uma “agenda permanente que implemente, entre outras providências, o trabalho em rede sinérgica e cooperativa de todos”. Além disso, “a sustentabilidade reclama íntegra e integrada acepção

do desenvolvimento, mormente em face das grandes questões ambientais” (Freitas, 2012, p. 19-20).

Imperioso ressaltar que “a sustentabilidade vincula juridicamente, em sentido forte, porque se trata, em nosso sistema, de princípio constitucional, incorporado por norma geral inclusiva (CF, art. 5º, § 2º), a demandar a sua eficácia direta e imediata”. Assim, “a sustentabilidade vincula juridicamente a liberdade do tomador de decisões (públicas e privadas), ao solicitar a tutela simultânea das gerações presentes e futuras” (Freitas, 2012, p. 20).

Portanto, é preciso repensar o papel do Estado, no sentido de que ele existe para efetivar os direitos relativos à sustentabilidade justa, com prevenção e precaução, para salvar e resgatar, “não para ofender ou prejudicar gerações”. O Estado existe para proteger direitos, para “promover o desenvolvimento durável, não para cultuar o crescimento (hiperconsumista) pelo crescimento. Existe para a cidadania ativa e altiva, não para a insaciabilidade que só faz enganar os consumidores vulneráveis das políticas públicas” (Freitas, 2012, p. 271). Nesse sentido, que o próximo subcapítulo vai abordar os limites e as possibilidades de o direito à informação servir como balizador para o estabelecimento de uma consciência voltada ao consumo consciente, ético e sustentável.

## 2.2 O DIREITO À INFORMAÇÃO COMO BALIZADOR DE UM CONSUMO SUSTENTÁVEL

Neste subcapítulo, será abordado, de forma sumariada, o direito à informação como balizador para estabelecimento de um consumo sustentável, em face da ideologia consumerista posta pelo capitalismo. Tal abordagem pretende ser voltada à efetivação do direito de escolha do consumidor e à proteção da dignidade da pessoa humana na seara do consumo na sociedade contemporânea.

Importa referir que o Código de Defesa do Consumidor (CDC) identifica o consumidor como um novo sujeito de direitos especiais: trata-se da realização de um direito fundamental elencado no art. 5º<sup>9</sup>, XXXII, da Constituição Federal de 1988. Dessa forma, para a proteção e efetivação de direitos deste sujeito, foi

<sup>9</sup> “Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:  
[...]

XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor.” (Brasil, 2015b)

construído, no CDC, um sistema de normas e princípios (Marques, Benjamin, Miragem, 2010, p. 244). Nesse sentido, nos incisos do art. 6<sup>o</sup><sup>10</sup> do CDC estão elencados os direitos básicos do consumidor. No presente trabalho, pretende-se dar destaque ao inciso III, que trata do direito “à informação 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” (Brasil, 2015a).

Conforme Marques, Benjamin e Miragem (2010, p. 248), o princípio da transparência é mais do que um simples elemento formal, afeta a essência do negócio, conduz do momento pré-contratual até a conclusão do contrato. Assim, a informação repassada ou requerida integra o conteúdo do contrato, e, se a informação falhar, representa a falha na qualidade do produto ou serviço oferecido. Ou seja, como reflexo do princípio da transparência, tem-se o dever de informar, amplamente, o consumidor sobre os produtos ou serviços que vai adquirir. O direito à informação vai além, ele assegura a igualdade material e formal para o consumidor frente ao fornecedor, em face do déficit informacional quanto ao produto e serviço, às características, aos componentes e aos riscos. Destarte, a informação deve ser clara e adequada à compreensão de todos, considerando os consumidores mais vulneráveis, como os idosos, doentes e crianças (Marques, Benjamin, Miragem, 2010, p. 248).

Nessa senda, entende-se que um consumidor bem informado sobre os produtos disponíveis no mercado pode exercer com consciência o direito de escolha dos produtos que deseja consumir. Entretanto, mais do que escolher com consciência o que deseja consumir, é importante que o consumo seja sustentável; em outras palavras, o desafio é reduzir os altos níveis de consumo impostos pelo capitalismo.

Ocorre que se o problema é o consumo insustentável, a solução não pode ficar restrita a parte técnica e jurídica, mas deve incluir, também, a ética. Nesse caso, significa a necessidade de rever e mexer nos altos índices de consumo das classes abastadas. No entanto, “quem tem a coragem de atacar esse problema? Qual o governante está disposto a cometer o suicídio político de sugerir maior

---

<sup>10</sup> “Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

[...]

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem.” (Brasil, 2015a)

equidade no consumo de bens, baixando os níveis de consumo acima da média, se o motor da economia é o consumo?" (Junges, 2010, p. 65).

Todavia, em um cenário de industrialização, desenvolvimento tecnológico, "crescimento econômico e ascensão de mais da metade dos cidadãos à classe média", emerge a "oportunidade de delinear um novo padrão de desenvolvimento". Considerando que os padrões atuais de consumo, são predatórios e insustentáveis, agridem os recursos naturais, estimulando o consumo excessivo e com pouca "preocupação em ofertar tecnologias e produtos menos nocivos ao meio ambiente". Referidas "atitudes acabam por agravar os problemas globais, como as mudanças climáticas, a poluição dos oceanos e a geração de lixo" (Brasil, 2015c).

Segundo Veiga (2010), em nível internacional se vislumbra o surgimento de uma "economia verde". No entanto, é imperioso que a responsabilidade pela conservação dos ecossistemas passe realmente a orientar as políticas governamentais, as práticas empresariais e as escolhas dos consumidores. Concomitantemente, todas as esferas do conhecimento científico devem levar em conta a natureza, pois o problema da exploração de recursos sem limites já ultrapassou a esfera meramente ambiental e deve ser tratada com prioridade por todos os envolvidos e interessados na movimentação econômica.

Torna-se imperativa uma "maior sobriedade dos superconsumidores"; entretanto, tal conduta "não se pode impor juridicamente, ela precisa ser fruto de uma atitude ética" (Junges, 2010, p. 64). Junges (2010, p. 64) afirma que, "a pós-modernidade não acredita na eficácia desse caminho, pois propõe apenas uma ética procedimental, ela prefere soluções de cunho jurídico e/ou técnico que nunca serão a solução, porque o consumo é o próprio motor da economia". Desse modo, emerge a obrigação de "levantar a discussão sobre o que significa um consumo sustentável que é tão importante ou mais que a questão do desenvolvimento sustentável". Contudo, ambos não podem ser discutidos sem considerar "as injustiças ambientais que o sistema econômico capitalista produz", já que "os danos ambientais são empurrados para as populações socialmente frágeis". Os danos ao ambiente em que vivem essas populações não são contabilizados, o problema não aparece porque não existe força social e política para denunciar (Junges, 2010, p. 64-65).

Nesse sentido, percebem-se os limites do direito à informação para o estabelecimento de uma consciência voltada a um consumo sustentável, mas

também se percebe a importância de informar e educar, começar a instituir uma ética voltada para o consumo sustentável. Essa educação informacional voltada ao consumo sustentável não precisa, necessariamente, ser dada na escola, podendo ser efetivada por meio de programas específicos, de informativos, como exemplo as cartilhas e campanhas publicitárias. Tais campanhas publicitárias devem ser levadas a efeito pelo Poder Público ou mesmo por organizações não governamentais, pelos meios de comunicação em massa ou, ainda, mediante trabalhos comunitários, com o objetivo de levar ao consumidor, em qualquer faixa-etária – e não somente nas escolas –, informações e esclarecimentos que propiciem uma postura mais prudente e sensata no mercado de consumo.

Percebe-se que a função do Estado e do Direito pode ser uma função educativa e facilitadora, não somente punitiva, mas como uma forma de precaução em relação ao problema. Portanto, é necessário rever conceitos e encontrar um ponto de equilíbrio entre o desenvolvimento e a preservação dos recursos naturais, integrando as visões econômica, social e ambiental. Não somente esperar o resultado, mas sim tentar inverter a lógica por meio da educação e informação voltadas para o estabelecimento de uma consciência ética na seara do consumo.

Sobretudo importante ressaltar que este trabalho não tem a pretensão de impedir ou limitar e nem mesmo obstar a livre escolha do consumidor e seu direito de optar pelos produtos que deseja consumir. O que se almeja é destacar a importância da informação e da educação para o estabelecimento de uma consciência voltada ao consumo consciente, ético e sustentável. Nesse sentido, o que se pretende é uma harmonização de interesses voltada a informar e conscientizar, considerando que o consumo excessivo e o grande descarte de resíduos e lixo estão vitimando não somente a natureza, mas a própria humanidade.

## **CONCLUSÃO**

Percebe-se, pelo exposto no desenvolvimento do trabalho, que, com a preponderância do sistema capitalista, sobreveio o desenvolvimento tecnológico e a industrialização, o que favoreceu o aumento da oferta de mercadorias para o consumo. Além disso, a ideologia capitalista se reinventa para se manter e manter a coesão social, já que está comprometida com a burguesia, voltada ao lucro e ao acúmulo de capital, criando necessidades e estimulando o consumismo.

A sociedade contemporânea atende ao apelo capitalista do consumismo, determinado pelo desejo de reconhecimento social e pelo apego a bens materiais. A característica marcante dessa sociedade é que o sucesso pessoal é medido pelo grande consumo de bens materiais, acirrado por uma competitividade sem limites, em que as pessoas gastam o que não tem para parecerem o que não são. O “ter” vale mais do que o “ser”; assim, nessa sociedade, o consumo nada mais é do que a utilização de objetos e serviços para garantia de “*status social*”, em uma economia capitalista, onde o lucro está em primeiro lugar.

Ressalta-se que esse comportamento acaba gerando um consumo excessivo e que, muitas vezes, é desnecessário. Isso resulta na exploração sem limites dos recursos naturais, inclusive em países pobres, causando a degradação dos ecossistemas e das economias locais no descarte de resíduos, lixos e, conseqüentemente, na poluição do meio ambiente. Além da degradação da natureza, o consumismo causa uma grave injustiça social, porquanto, nesse sistema, quem não compra e não consome não tem valor. Percebe-se, dessa forma, que ainda não começamos a pensar seriamente sobre a sustentabilidade dessa sociedade movida pelo consumo excessivo e pelo descarte.

O Estado possibilita ao consumidor o direito à informação e a escolha do que ele quer consumir, assumindo os possíveis riscos daí advindos. Mas, diante da atual insustentabilidade e insaciabilidade, não basta a garantia do direito à informação e ao direito de escolha. O Estado – que investe em pesquisa científica e em inovação, de onde advêm novas tecnologias que, aplicadas na indústria, vão dar origem a novas mercadorias que serão disponibilizadas no mercado – deve, também, educar para o estabelecimento de uma consciência ética voltada para o consumo sustentável. Além disso, para funcionar de forma mais justa, o Estado deve pautar todas as suas ações e políticas públicas considerando o termo “sustentabilidade”, de forma ampla, em todas as suas dimensões.

A informação e educação para o estabelecimento de uma consciência ética voltada ao consumo sustentável não precisa, necessariamente, ser dada na escola. Pode-se efetivar essa educação por meio de políticas públicas regulamentadoras, programas específicos, informativos, como exemplo as cartilhas e campanhas publicitárias por meio dos veículos de comunicação, principalmente por intermédio das novas tecnologias e da Internet.

Essa educação informacional, voltada a uma consciência ética para o consumo sustentável, emerge da necessidade de se desenvolverem novos

padrões de consumo, uma mudança de postura do consumidor, incorporando valores sustentáveis nas relações econômicas, sociais e políticas. Dessa forma, busca-se uma transformação na consciência, uma mudança de paradigmas, sendo necessário interferir no consumo excessivo por meio de novos padrões sustentáveis, levando em consideração as consequências sociais e ambientais, e a justiça social.

Mediante essa nova consciência ética voltada para o consumo sustentável, é possível que o consumidor, mesmo recebendo os incentivos da publicidade para consumir excessivamente, possa optar por produtos com tecnologias mais limpas e alimentos orgânicos, valorizando o pequeno produtor local. Além disso, o consumidor pode privilegiar o consumo de produtos disponibilizados por empresas engajadas e comprometidas com a sustentabilidade. Empresas preocupadas com as práticas de redução de resíduos, reciclagem e reaproveitamento de produtos e equipamentos, o que resultariam em uma diminuição no descarte de lixo e poluição. Tal comportamento, por parte do consumidor, forçaria outras empresas a fazer o mesmo. Mas, mais do que isso, o desafio é transformar o quadro de consumo insustentável para um consumo consciente, sustentável e voltado para uma cooperação, capaz de manter a harmonia entre o homem e a natureza.

Sabe-se que não é possível prescindir do consumo, já que ele é primordial à existência humana e ao desenvolvimento social e econômico. No entanto, deve se ter consciência dos impactos ambientais de um consumo excessivo, de um consumo desnecessário. O ser humano precisa, humildemente, levar em consideração a sua própria fragilidade, vulnerabilidade e interdependência do meio ambiente. Assim, deve cuidar, conservar e respeitar considerando que a sua própria sobrevivência depende da preservação da natureza.

## REFERÊNCIAS

BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. 2. ed. Portugal: Edições 70, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. *Capitalismo parasitário: e outros temas contemporâneos*. Tradução Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2010.

\_\_\_\_\_. *O mal-estar da pós-modernidade*. Trad. Mauro Gama e Cláudia Martinelli Gama. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.

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

BRASIL. Código de Defesa do Consumidor, Lei nº 8.078, de 1990. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/CCIVIL\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/leis/L8078.htm)>. Acesso em: 10 dez. 2015a.

\_\_\_\_\_. Constituição Federal de 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em: 10 dez. 2015b.

\_\_\_\_\_. Ministério de Meio Ambiente. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/conceitos/consumo-sustentavel>>. Acesso em: 10 dez. 2015c.

\_\_\_\_\_. Responsabilidade ambiental. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/conceitos/producao-sustentavel>>. Acesso em: 10 dez. 2015d.

CAMPOS, Walter de Oliveira. Direito e ideologia. Disponível em: <<http://seer.uenp.edu.br/index.php/argumenta/article/view/191/190>>. Acesso em: 5 dez. 2015.

CHAUÍ, Marilena. *O que é ideologia?* Disponível em: <<http://www.nhu.ufms.br/Bioetica/Textos/Livros/O%20QUE%20%C3%89%20IDEOLOGIA%20-Marilena%20Chaui.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2015.

Freitas, Juarez. *Sustentabilidade - Direito ao futuro*. Belo Horizonte: Fórum, 2012.

JUNGES, José Roque. *(Bio)ética ambiental*. São Leopoldo: Unisinos, 2010.

LAYRARGUES, Philipe Pomier. Ideologia e meio ambiente, p. 35 a 53. In: *A natureza da ideologia e a ideologia da natureza: elementos para uma sociologia da educação ambiental*. Tese de Doutorado da Universidade Estadual de Campinas. Campinas, 2003.

LEFEBVRE, Henri. *A vida cotidiana no mundo moderno*. Série Temas. Sociologia Política. São Paulo: Ática, v. 24, 1991.

MARCUSE, H. *A ideologia da sociedade industrial: o homem unidimensional*. Trad. Giasone Rebuá. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1973.

MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010.

MOSCOVICI, Serge. *Natureza*. Para pensar a ecologia. Trad. Marie Louise Trindade Conilh de Beyssac, Regina Mathiu, Maria Inácia D'Ávila (Coord.), Tania Barros Maciel (Coord.). Rio de Janeiro: Mauad X - Instituto Gaia, 2007.

SANTOS, Laymert Garcia dos. Quando o conhecimento tecnocientífico se torna predação *light-tech*: recursos genéticos e conhecimento tradicional no Brasil. In: SANTOS, Boaventura de Souza (Org.). *Semear outras soluções: os caminhos da biodiversidade e dos conhecimentos rivais*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

VEIGA, José Eli da. *Sustentabilidade: a legitimação de um novo valor*. São Paulo: Senac, 2010.

Submissão em: 27.06.2016

Avaliado em: 06.10.2017 (Avaliador B)

Avaliado em: 13.10.2017 (Avaliador C)

Aceito em: 12.12.2017