VIDERE
V. 14, N. 31, SET-DEZ. 2022
ISSN: 2177-7837

Recebido: 07/07/2022.
Aprovado: 09/12/2022.

Páginas: 147 - 170

DOI: 10.30612/videre.v14i31.v14i31.16410

*
Doutor em Direito (UFPA)
Centro Universitário do Estado do Pará
homerolamaraoneto@yahoo.com.br
OrcidID: 0000-0002-4674-502X

**
Doutor em Direito do Consumidor (Universidad de Salamanca)
Centro Universitário do Estado do Pará
dennis@verbicaro.adv.br
OrcidID: 0000-0002-2663-3303

***
Mestre em Direito (CESUPA)
Centro Universitário do Estado do Pará
luizatuma@hotmail.com
OrcidID: 0000-0002-4833-9797

CC BY NC SA

# A RELAÇÃO ENTRE ASSÉDIO DE CONSUMO E VIOLÊNCIA EM SEUS ASPECTOS ESTRUTURAL E DELINQUENCIAL

## THE RELATIONSHIP BETWEEN CONSUMER HARASSMENT AND VIOLENCE IN ITS STRUCTURAL AND DELINQUENTIAL ASPECTS

## LA RELACIÓN ENTRE EL ACOSO AL CONSUMIDOR Y LA VIOLENCIA EN SUS ASPECTOS ESTRUCTURALES Y DELINCUENTES

Homero Lamarão Neto*
Dennis Verbicaro Soares**
Luíza Tuma da Ponte Silva***

**RESUMO**
O artigo tem como objetivo demonstrar a relação existente entre o assédio de consumo e a violência em seus aspectos estrutural e delinquencial. Nesse sentido, o texto apresenta o consumismo inerente ao contexto da hipermodernidade e sua repercussão na potencialização de desigualdades sociais, econômicas e no fenômeno da criminalidade. Em seus achados, pontua a importância de elaboração e concretização de políticas públicas que tenham o condão de reduzir ou findar os impactos perversos advindos da elevação do nível de consumismo, da violência e da exclusão social, numa perspectiva sustentável. Para construção do texto, utilizou-se o método dedutivo, através de pesquisa qualitativa e bibliográfica.
**PALAVRAS-CHAVE**: Assédio de Consumo; delinquência; sustentabilidade; políticas públicas; violência estrutural.

**ABSTRACT**
The article aims to demonstrate the relationship between consumer harassment and violence in its structural and delinquent aspects. In this sense, the text presents the consumerism inherent in the context of hypermodernity and its repercussion in the potentialization of social and economic inequalities and in the phenomenon of criminality. In its findings, it emphasizes the importance of elaborating and implementing public policies that have the power to reduce or end the perverse impacts arising from the increase in the level of consumerism, violence and social exclusion, in a sustainable perspective. For the construction of the text,

the deductive method was used, through qualitative and bibliographic research.
**KEYWORDS:** Consumer harassment; delinquency; sustainability; public policy; structural violence.

**RESUMEN**
El artículo tiene como objetivo demostrar la relación entre el acoso al consumidor y la violencia en sus aspectos estructural y delictivo. En ese sentido, el texto presenta el consumismo inherente al cotexto de la hipermodernidad y su repercusión en la potencialización de las desigualdades sociales y económicas y en el fenómeno de la criminalidad. En sus conclusiones destaca la importancia de elaborar e implementar políticas públicas que tengan el poder de reducir o acabar con los impactos perversos derivados del aumento del nivel de consumismo, violencia y exclusión social, en una perspectiva sostenible. Para la construcción del texto se utilizó el método deductivo, mediante investigación cualitativa y bibliográfica.
**PALABRAS CLAVE**: Acoso al consumidor; delincuencia; sustentabilidad; políticas públicas; violencia estructural.

## 1 INTRODUÇÃO

O consumo está em constante transição no mundo contemporâneo. A pós-modernidade enaltecia o indivíduo extremamente preocupado com o presente, individualista, hedonista e que, para subsidiar tais características, fazia uso das práticas consumistas. Contudo, no contexto atual, percebe-se que a pós-modernidade abre espaço para a hipermodernidade, o momento em que todas essas características são potencializadas, com fomento intensivo das estratégias de *marketing* pelas indústrias culturais de massa.

Entretanto, os impactos trazidos por esse assédio de consumo são notórios e visíveis, na medida em que atingem, indistintamente, todas as camadas sociais. Logo, nessa perspectiva hedonista e com o intuito de criar uma identidade social e econômica, muitos segmentos sociais desencadeiam fenômenos criminais, circunstância inserida em um contexto ainda maior de violência estrutural.

O próprio capitalismo se sofisticou, assumindo uma função moduladora da estética, o que levou à produção industrial de símbolos de consumo supostamente garantidores de um novo e idealizado modelo de qualidade de vida, que proporcionaria ao sujeito novas emoções, experiências e, também, de um sentimento de pertencimento social, incapaz de ser alcançado através das relações interpessoais autênticas.

Justamente para atender à sedução de uma hipotética felicidade artificial, o consumidor se vê obrigado a concentrar todos os seus esforços em tornar sua vida economicamente produtiva, seja no trabalho, seja no âmbito das relações familiares, ou mesmo na artificialidade de sua vida social, de modo a sempre otimizar seu já escasso tempo para ser bem-sucedido na satisfação das inúmeras necessidades de consumo, forjadas pela indústria cultural, que, agora, serve maciçamente ao consumo.

Nesse ritmo frenético, não há tempo para aprofundar os laços familiares ou de amizade, muito menos para cultivar sentimentos gregários ou de articulação política. O consumidor hipermoderno está só e acredita que apenas nessa solidão individua-

lista, e não menos egoísta, conseguirá abraçar todas as experiências que o assédio predatório de consumo lhe prometeu.

O problema é que esse distanciamento da vida política e desinteresse pelas questões relativas à coletividade, aliado ao maior afastamento do Estado, inicialmente visto como o grande protagonista na efetivação das políticas públicas de afirmação das desigualdades jurídicas em favor do consumidor e, mais recentemente, incapaz de funcionar como um mediador responsável nesse processo, acirram, ainda mais, o desequilíbrio econômico do consumidor diante dos agentes de mercado e o colocam numa posição de vulnerabilidade agravada que, por sua vez, gera frustração, revolta e violência.

Nesse sentido, como forma de repensar tal situação, são enfatizadas as necessidades de criação e implementação de políticas públicas que, além de conscientizarem, de forma educativa, o cidadão, numa perspectiva de consumo responsável e sustentável, possam também mitigar as desigualdades sociais e econômicas existentes no mundo contemporâneo, ressignificando as necessidades existenciais de consumo em contraponto às artificiais tão propagadas pela indústria cultural.

Assim, o presente texto, construído por meio de pesquisa bibliográfica e pelo método dedutivo, tem por escopo demonstrar a relação existente entre o assédio de consumo e a violência em seus aspectos estrutural e delinquencial. Pontua, em seus achados, a importância de elaboração e concretização de políticas públicas que tenham o condão de reduzir ou findar os impactos perversos advindos da elevação do nível de consumismo, da violência e da exclusão social, numa perspectiva sustentável. Quanto à abordagem, a pesquisa foi qualitativa e realizada por meio de pesquisa bibliográfica.

Com tal desiderato, o trabalho será desenvolvido em quatro seções, além da introdução. Inicialmente, será realizada uma abordagem sintética sobre o consumo frenético e seus efeitos no contexto da hipermodernidade. O segundo tópico tratará do fomento da violência delinquencial, ocasionado pelos infinitos desejos de consumo, além da violência estrutural, como circunstância social e política que antecede a imposição de padrões de consumo. O terceiro, a partir da construção teórica apresentada, será esposada a relevância das políticas públicas a partir de um consumo sustentável e responsável, de modo a se construir uma sociedade mais justa e solidária. Por fim, serão apresentadas considerações finais.

Assim, cumpre ressaltar que esse debate possui caráter exponencial, uma vez que a sociedade é assediada, de forma globalizada, a adquirir bens e serviços que sequer necessita, sob o argumento de alcançar a felicidade plena. Contudo, conforme será apresentado, trata-se de utopia que, além de agravar o cenário de violência estrutural, contribui para a conflituosidade social. Logo, a discussão apresentada precisa

ser refletida por toda a comunidade e necessita da atuação estatal, para que se possa alcançar um consumo existencial e uma sociedade menos desigual.

## 2 O ASSÉDIO DE CONSUMO NA HIPERMODERNIDADE E O AGRAVAMENTO DA DESIGUALDADE SOCIAL

Embora se trate de prática com raízes antigas, as relações de consumo são objeto de constante transformação na contemporaneidade. A pós-modernidade, que pode ser automaticamente relacionada ao fortalecimento do consumo, teve características próprias, tais como a valorização do presente, o individualismo, o hedonismo, dentre outras.

Contudo, o termo pós-modernidade já não mais representa a realidade atual, a qual passou por uma nova transição de paradigmas e abriu espaço para o contexto de hipermodernidade. Nas palavras de Lipovetsky (2004, p. 56): "A hipermodernidade simboliza o surgimento de uma nova modernidade, como uma espécie de 'aprimoramento' daquela vivenciada anteriormente".

Com efeito, tem-se que a hipermodernidade não pode ser vislumbrada como o término da pós-modernidade, momento que lhe antecedeu, mas como uma versão exacerbada de parte de suas características. Nesse sentido, explica Cruz (2013, p. 80):

> "O prefixo 'hiper' faz menção a uma exacerbação dos valores da modernidade; é a cultura do excesso determinada e marcada pelo efêmero em que o sujeito, em ritmo frenético, busca a satisfação dos seus desejos".

Atualmente, embora os elementos da pós-modernidade não tenham simplesmente desaparecido, o que se percebe é que o surgimento de novos valores, preocupações e situações fez com que o termo pós-moderno passasse a ser insuficiente para descrever essa sociedade contemporânea em que o excesso e o supérfluo são a regra.

Com efeito, nunca houve um rompimento com relação aos ideais pós-modernos, mas sim o estabelecimento de novas convicções e estilos de vida, que passaram a coexistir com os anteriores. É justamente nesse ponto de convergência que residem os paradoxos da sociedade hipermoderna: o espírito essencialmente libertário e hedonista dos tempos pós-modernos passa a ser latente, e não mais evidente, enquanto uma responsabilidade hesitante advém. Para Lipovestky, o "narciso", isto é, o homem dos dias de hoje, passa a vivenciar contradições:

> Narciso maduro? Mas se ele não para de invadir os domínios da infância e da adolescência, como se se negasse a assumir a sua idade adulta! Narciso responsável? Pode-se realmente pensar isso quando os comportamentos irresponsáveis se multiplicam, quando as declarações de intenção não se concretizam? O que dizer dessas empresas que falam em códigos de deontologia e que, ao mesmo tempo, demitem em massa porque antes maquiaram os livros contábeis; desses armadores que evocam a importância de respeitar o meio ambiente enquanto seus próprios navios efetuam descargas selvagens

> de poluentes; desses empreiteiros que exaltam a qualidade de suas construções muito embora elas desabem ao menor abalo sísmico; desses motoristas que dizem respeitar o código de trânsito e falam ao celular enquanto dirigem? Narciso eficiente? Que seja, mas ao custo de distúrbios psicossomáticos cada vez mais frequentes, de depressões e estafas flagrantes. Narciso gestor? É de se duvidar, quando se observa a espiral de endividamento das empresas. Narciso flexível? Mas se é a tensão nervosa que o caracteriza no âmbito social quando chega a hora de perder certos benefícios adquiridos (LIPOVESTKY, 2004, p. 27).

Nesse contexto, uma nova realidade se estrutura, sem, porém, abandonar completamente a anterior. Observa-se, então, um estágio de fronteira, ou mesmo uma mutação incompleta, posto que a etapa hipermoderna não se inicia a partir de uma tábula rasa, mas sim em um panorama repleto de vestígios do *status quo ante* que ensejam os paradoxos (BAUMAN, 2010, p. 54).

Como um dos principais aspectos da hipermodernidade, pode-se indicar a mudança do panorama social e da relação dos indivíduos com o presente. Esse presente já não é mais vivenciado de forma plena e despreocupada. A constante inquietação com o que o futuro reserva esvazia o otimismo do *carpe diem* e a confiança no porvir.

Assim, é evidente que uma nova realidade se materializa, porém, sem romper integralmente com os paradigmas visualizados na pós-modernidade e com intensificação de muitos vestígios e contradições inerentes a esta.

Nesse contexto, na hipermodernidade, percebe-se que o indivíduo é aquele que, apesar de buscar viver os prazeres da vida de forma intensa no presente, enfatiza hedonismo, como fuga dos temores que o futuro pode reservar. O consumo é desmedido e artificial, alimentado pelos denominados hiperconsumidores das redes sociais (blogueiros, *digital influencers*, celebridades etc.) que parecem imunes à crise econômica e não menos insensíveis ao agravamento da crise econômica, social e sanitária, o que agrava substancialmente as desigualdades e atiça os sentimentos de revolta e frustração, componentes indissociáveis da violência.

Nesse passo, dentre as características apresentadas no contexto de hipermodernidade estão, com forte evidência, os paradoxos inerentes a este momento, conforme explica Lipovetsky:

> Eis apenas uma amostra dos paradoxos que caracterizam a hipermodernidade: quanto mais avançam as condutas responsáveis, mais aumenta a irresponsabilidade. Os indivíduos hipermodernos são ao mesmo tempo mais informados e mais desestruturados, mais adultos e mais instáveis, menos ideológicos e mais tributários das modas, mais abertos e mais influenciáveis, mais críticos e mais superficiais, mais céticos e menos profundos (LIPOVETSKY, 2004, p. 27).

Portanto, o complexo panorama atual, além das contradições, é estruturado por novos hábitos e estilos de vida, cumprindo enfatizar a potência do consumo nesse contexto, em que os planos de metas dos indivíduos perpassam por uma demanda

plúrima e intensa de bens materiais e serviços, como forma de compensar suas carências e frustrações pessoais diárias.

Silva (2022, p. 36) pontua que, para que uma comunidade seja compreendida como efetivamente consumista, faz-se necessário que os desejos de consumo sejam externados de forma frenética, rápida. Tal aspecto é agravado pela constante reciclagem impulsionada pelo capitalismo mercadológico, eis que as insaciáveis necessidades, constantemente atreladas à noção de felicidade, demandam novas mercadorias, o que traz à tona um ciclo vicioso de consumo na contemporaneidade.

Nesse contexto, a felicidade é ressignificada: não mais por um mero sentimento, mas por um poder de consumo, isto é, feliz é o indivíduo que consegue consumir superficialmente mercadorias e serviços apresentados pelo mercado de consumo e massificados pela indústria cultural. Logo, a felicidade passa a ser consumível e estar disponível nas vitrines de lojas físicas e eletrônicas. Nesse passo, destaca-se o sentido que é atribuído a felicidade na sociedade hipermoderna:

> O hiperconsumidor procura a felicidade não mais no "ser", e sim no "ter", e a partir do momento em que felicidade é associada a fatores exclusivamente tangíveis, o seu *locus* passa a ser as vitrines das lojas. Cada elemento ali exposto é, então, vislumbrado como um refúgio em meio ao vazio em que a hipersociedade se vê mergulhada. Assim é que a felicidade deixa de ser algo transcendental e passa a ser consumível. O prazer que o consumo proporciona transforma-se em sinônimo de felicidade, de modo que quanto mais prazer o ser humano é capaz de obter, mais "feliz" ele é. A parte se confunde com o todo, e o prazer, que antes era concebido apenas como um dos fatores propícios à felicidade, é elevado à categoria de verdadeiro arquétipo da felicidade (VERBICARO; SOARES, 2017, p. 349).

A partir da identificação desse novo conceito de felicidade, o mercado utiliza práticas agressivas de consumo, que caracterizam um verdadeiro assédio diante da liberdade de consumidores extremamente vulneráveis do ponto de vista técnico, econômico ou jurídico. Sobre a compreensão de assédio de consumo:

> O assédio de consumo é caracterizado pela prática de condutas agressivas, que afetam diretamente a liberdade de escolha do consumidor e, em situações mais graves e continuadas, seus próprios projetos de vida, atentando contra a sua esfera psíquica, que, em meio a tantas estratégias manipuladoras, é subjugado e levado a ceder às pressões de mercado (VERBICARO; SOARES; ATAÍDE, 2018, p. 169).

Ademais, no que tange à relação entre consumismo desenfreado e globalização, cumpre destacar sua ampla potência no cenário atual. Morin conceitua a globalização nos seguintes termos:

> A globalização constitui o estado atual da mundialização. Começa em 1989, após a queda das economias ditas socialistas. É fruto da conjunção em circuito retroativo do desenvolvimento desenfreado do capitalismo que, sob a égide do neoliberalismo, se propaga pelos cinco continentes, e do desenvolvimento de uma rede de telecomunicações instantâneas (fax, telefone celular, internet). Essa conjunção efetua a unificação tecnoeconômica do planeta (MORIN, 2013, p. 21).

A globalização, portanto, apresenta-se como fenômeno com dimensões sociais, políticas, econômicas, culturais, dentre outras, e que possui direta influência nas relações de consumo, na medida em que fortaleceu práticas como a produção de bens e serviços em larga escala, a abertura de crédito perante instituições bancárias, o desenvolvimento e aprimoramento em técnicas de publicidade, além de promover a intensificação dos avanços tecnológicos nas mais diversas áreas.

Assim, indiscutível que essa realidade refletiu diretamente nos planos de vida dos indivíduos, sendo uma de suas características o fomento da sociedade de consumo no contexto da hipermodernidade. Logo, o consumo artificial, isto é, aquele que vai além da mera satisfação das necessidades pessoais, projeta-se como uma forma de afirmação social e existencial nos âmbitos nacional e internacional.

Entrementes, ao se analisar o consumo excessivo na contemporaneidade, Bauman, explana a razão para que a sociedade desenvolva a incessante necessidade de consumir de forma avassaladora. A justificativa é o fato de o consumo ser atrelado ao desejo, o qual é insaciável, volátil e efêmero:

> Já foi dito que o *spiritus movens* da atividade consumista não é mais o conjunto mensurável de necessidades articuladas, mas o *desejo* – entidade muito mais volátil e efêmera, evasiva e caprichosa, e essencialmente não referencial que "as necessidades", um motivo autogerado e autopropelido que não precisa de outra justificação ou "causa". A despeito de suas sucessivas e sempre pouco duráveis reificações, o desejo tem a si mesmo como objeto constante, e por essa razão está fadado a permanecer insaciável qualquer que seja a altura atingida pela pilha dos outros objetos (físicos ou psíquicos) que marcam seu passado (BAUMAN, 2001, p. 96-97).

Ademais, sobre as justificativas relativas ao consumo desenfreado, Verbicaro e Soares (2017, p. 350) explicam que este nunca fez tanto sentido como na hipermodernidade, a qual apresenta o alicerce necessário para fomentar a permanente insatisfação dos indivíduos, além de contar com um forte aliado na criação de necessidades e padrões: a indústria cultural de massa.

Portanto, o desejo de consumir de forma desmedida se faz presente em suas múltiplas facetas, marcado, em sua essência, pela volatidade e efemeridade. Logo, esse processo estrutura a fluidez das práticas de consumo.

Outro aspecto de grande relevo nesse contexto é a massificação de informações promovidas pela indústria cultural e divulgadas pelas mídias sociais. A mensagem, que pode ser expressa ou implícita, impõe padrões de consumo a todas as camadas sociais, afinal, celulares, roupas, viagens e automóveis, que reflitam as modas difundidas mundialmente, podem satisfazer os prazeres e anseios dos indivíduos, pois, conforme mencionado, a felicidade é artificial e palpável, eis que amparada pelo "ter", não mais pelo "sentir".

Assim, a ação da indústria cultural de massa utiliza técnicas de manipulação para envolver a sociedade em um verdadeiro ciclo vicioso de consumo, tendo em vista que o inovador hoje, não o será mais amanhã. Ressalte-se que essa cadeia de consumo potencializa o argumento de que a sociedade atual é fluída e efêmera.

Em relação à influência midiática nesse cenário de hipermodernidade, importante enfatizar que a força da mídia pode ser visualizada não só pelo fomento de compra de bens móveis, como adereços, roupas e outros itens tarjados com marcas reconhecidas nacional e internacionalmente, mas também pelo incentivo à aquisição de propriedades luxuosas isoladas das periferias.

Destarte, quando o assunto versa acerca da sensação global de medo e insegurança nas cidades, percebe-se a veiculação corrente de abordagens publicitárias, isto é, as mídias constroem imediatamente mais um mercado de consumo: aduzem que os indivíduos abastados devem se isolar em condomínios fechados com sistema de vigilância, necessitando, portanto, adquirir, em caráter emergencial, bens de consumo que assegurem sua segurança pessoal e garantam-lhe o prazer de viver plenamente, o que fortalece uma concepção hedonista e a segregação social.

Nas palavras de Bauman:

> Todos que têm condições de adquirirem seu apartamento em um condomínio: trata-se de um lugar isolado que fisicamente se situa na cidade, mas, social e idealmente, está fora dela. (...) 'As mensagens publicitárias acenam com a promessa de 'viver plenamente' com uma alternativa à qualidade de vida que a cidade e seu deteriorado espaço público podem oferecer. Uma das características mais relevantes dos condomínios é 'seu isolamento e distanciamento da cidade. Isolamento quer dizer separação de todos aqueles considerados socialmente inferiores (BAUMAN, 2012).

Assim sendo, resta evidente que a sociedade, de forma geral, é constantemente assediada para consumir itens que vão além da mera sobrevivência, mas que traduzem um modo artificial e supérfluo de viver, além de fomentar a exclusão social respaldada pelo poder de consumo de cada indivíduo.

Porém, o que muitas vezes é ocultado intencionalmente das campanhas publicitárias de consumo ou da felicidade artificial de adquirir bens e serviços é o abismo social que segrega pessoas com maior poder econômico e outras que, muitas vezes, sequer possuem condições de subsistência mínimas.

Por mais que as mensagens da indústria cultural atinjam a sociedade de forma ampla e irrestrita, o consumo superficial não é acessível à maioria da população, a qual se vê imersa no conflito entre querer ingressar neste ciclo vicioso e atrativo de consumo e estar tolhida devido ao seu poder aquisitivo ser reduzido ou incapaz de suprir todos os desejos e prazeres disponíveis no mercado de consumo. Afinal, quantos podem adquirir frivolidades ou residências luxuosas com o orçamento que dispõem?

Gilles Lipovetsky (2007, p. 191) é enfático ao afirmar que a pobreza e a vulnerabilidade de massa em vigor em nossa sociedade se manifestam sob traços inéditos, devendo ser ressaltado que, até então, o pauperismo afetava grupos sociais tradicionalmente estáveis e identificáveis, porém essa época passou e as populações invalidadas da sociedade pós-industrial já não constituem uma classe social específica.

Portanto, torna-se nítido que a intensificação da miséria, do desemprego e das desigualdades social e econômica atingem grupos sociais diversificados na contemporaneidade.

Nessa linha de raciocínio, a indústria cultural de massa é ostensiva em atrelar, em suas campanhas publicitárias, a felicidade dos indivíduos à aquisição de produtos novos e com *design* inovador, porém olvida de explanar as consequências advindas do consumo desenfreado, isto é, os riscos a que o indivíduo se expõe para alimentar seu hedonismo, seu desejo de pertencimento social e ainda, seu individualismo. Além disso, o mercado não direciona esforços solidários às classes sociais que são excluídas desse processo.

É inegável que esse sentimento comum pelo consumo desenfreado, claramente influenciado pela globalização e pelas transformações do capitalismo, traz diversas consequências em nível cultural, social e econômico, tais como, a segregação e exclusão de classes sociais e a potencialização de atos violentos como forma de obtenção de valores e bens que possam materializar seus anseios consumistas.

As violências estrutural e delinquencial, portanto, ganham destaque nesse cenário de miséria, desigualdade social e consumo ostensivo. Assim, imperioso que se apresente o elo estabelecido entre o assédio de consumo e as violências estrutural e delinquencial na contemporaneidade.

## 3 AS VIOLÊNCIAS ESTRUTURAL E DELINQUENCIAL E OS DESEJOS DE CONSUMO NA HIPERMODERNIDADE

A violência é antiga como o mundo, porém, ainda assim, apresenta-se como um grande problema da atualidade. Logo, percebe-se que, independentemente da época, a violência se mostra como fenômeno inerente à condição humana que possui uma lógica polifórmica, a depender do contexto em que estiver inserida.

Nesse sentido:

> No inconsciente popular se localiza também a certeza de que a violência é parte intrínseca da vida social e resultante das relações, da comunicação e dos conflitos de poder. Nunca existiu uma sociedade sem violência, mas sempre existiram sociedades mais violentas que outras, cada um com sua história (MINAYO, 2006, p. 15).

Portanto, vislumbra-se que a violência é instrumento presente no inconsciente das pessoas e pode se apresentar de várias formas. Domenach (1981, p. 34) esclarece que o que chamamos de violência se cristaliza em três aspectos principais:

> El aspecto psicológico, explosión de fuerza que cuenta con elemento insensato y con frecuencia mortífero; el aspecto moral, ataque a los bienes y la libertad de otros; el aspecto político, empleo de la fuerza para conquistar el poder o dirigirlo hacia fines ilícitos"[1].

Destarte, Domenach (1981, p. 34) afirma que o terceiro aspecto predominou no século XX, isto é, uso da força para conquistar o poder ou direcioná-lo a fins ilícitos, conceituando a violência: "Llamaré a violencia al 'uso de una fuerza, abierta o oculta, con el fin de obtener de un individuo, o de un grupo, algo que no quiere consentir libremente'"[2].

A partir dessa ideia, percebe-se que a violência é um meio para obtenção de algo que alguém se recusa a entregá-lo de forma livre. Todavia, a violência não é uma, apresentando-se de forma abrangente, complexa e multifacetada, muitas vezes de forma visível e, em outras, de forma subliminar. A partir dela surgem os diversos efeitos advindos do ato, os objetivos aspirados pelo agente, além da aprovação ou desaprovação da manifestação segundo regras ou princípios do ordenamento jurídico.

Portanto, a violência não pode ser analisada sob um prisma uniforme, monolítico, hermético, sendo imprescindível que se avaliem fatores econômicos, sociais e culturais do contexto que se pretende analisar. Nesse passo, alguns fatores que ensejam a violência e realçam mutação inerente a esta podem ser assim destacados:

> No seu sentido material, o termo parece neutro, mas quem analisa os eventos violentos descobre que eles se referem a conflitos de autoridade, lutas pelo poder e a vontade de domínio, de posse, de aniquilamento do outro ou de seus bens. Suas manifestações são aprovadas ou desaprovadas, lícitas ou ilícitas segundo normas sociais mantidas por usos e costumes ou por aparatos legais da sociedade. Mutante, a violência designa, pois – de acordo com as épocas, locais e circunstâncias – realidades muito diferentes (MINAYO, 2006, p. 13).

Percebem-se, dessa forma, algumas causas que dão corpo à materialização da violência, dando destaque aos conflitos de poder, à posse e ao domínio de bens alheios. Logo, se o indivíduo está em busca de algo que não é seu, pode-se presumir que este possui uma grande frustração em relação as suas propriedades, o que poderia, em tese, evidenciar a distância existente entre as expectativas de alguns núcleos sociais e a concretização destes desejos.

---

**1** "(...)o aspecto psicológico, uma explosão de força que tem um elemento insensato, sem sentido, e muitas vezes mortal; o aspecto moral, ataque à propriedade e liberdade alheia; o aspecto político, uso da força para conquistar o poder ou direcioná-lo para fins ilícitos" (tradução nossa).

**2** "Chamarei de violência o 'uso da força, aberta ou oculta, para obter de um indivíduo ou de um grupo algo com o qual eles não consentem livremente'" (tradução nossa).

Portanto, a lógica de desigualdade e exclusão, sociais e econômicas, ganha força nesse contexto. No entanto, não se pode deixar à margem dessa análise questões relacionadas ao livre arbítrio, ao esforço e à meritocracia, naquilo que, efetivamente, possam e devam ser aplicadas nas relações sociais.

Outro aspecto de grande relevo neste cenário de frustração de expectativas dos indivíduos foi o agravamento da segregação e da miséria no contexto atual da pandemia do COVID-19, em que a crise econômica generalizada favoreceu o desemprego e corroeu os direitos sociais do trabalhador/consumidor.

Portanto, um desafio enfrentado durante e após a pandemia diz respeito à crise econômica mundial que tem se instaurado, sendo o Brasil também um dos mais atingidos. Alícia Bárcena, secretária executiva da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL) afirmou à Agência Brasil (2020) que a pandemia de COVID-19 terá efeitos devastadores na economia mundial, mais intensos e diferentes dos sofridos durante a crise ocorrida em 2008. A previsão é que:

> [...] se houver uma redução de 1,8% do produto interno bruto em toda a América Latina e Caribe por causa da doença, a taxa de desemprego na região poderá aumentar em dez pontos percentuais. Se o cenário for confirmado, o número de pessoas pobres da região vai subir dos atuais 185 milhões para 220 milhões [...]. O número de pessoas em extrema pobreza (sem recursos para a manutenção da capacidade de trabalho) subirá dos atuais 67,4 milhões para 90 milhões [...]. Em termos percentuais, o total de pobres pode chegar a 35% da população latino-americana e o total de extremamente pobres, a 14,5% (AGÊNCIA BRASIL, 2020).

Uma das consequências da crise econômica – mas não apenas dela – é o surgimento de uma crise social, com o agravamento da desigualdade, que expõem, também, o problema das classes sociais mais baixas que não puderam e não poderão cumprir as recomendações de higiene por problemas de infraestrutura como a ausência de saneamento básico e baixa ou nenhuma renda para aquisição de itens básicos de higiene e proteção pessoal – bem como demais itens de consumo –, revelando, para o período pós-pandemia, um possível aumento de opressões e preconceitos em face também destas classes, por questões sanitárias.

Da mesma forma, há um grande número de trabalhadores informais, autônomos e outros grupos hipervulneráveis, que vivem abaixo da linha da miséria e, em muitos casos, invisíveis ao Estado, que acabaram sendo abandonados à própria sorte nesse contexto de crise social e econômica, exigindo uma política assistencial imediata do poder público, para lhes garantir a subsistência básica, o que, após pressão social e do Congresso Nacional, impôs ao Governo Federal a obrigação de aprovar ajuda emergencial em pecúnia a uma parcela significativa da população.

Em relação aos efeitos trabalhistas da pandemia, alguns pontos merecem destaque, sobretudo se consideramos a mais expressiva transição laboral da história,

como a maior precarização do trabalho a partir do aumento do emprego informal – consequência da crise econômica que já estava instaurada no Brasil desde meados de 2013, restrição de direitos a pretexto de se preservar o emprego, exposição maior ao trabalho penoso, degradante e prestado sem as condições mínimas de segurança num contexto mais grave de pandemia.

Nesse sentido, a desestruturação da realidade social causada por vários fatores, dentre eles, crises sociais e econômicas, é o cenário ideal para a propagação da violência:

> A violência encontra espaço muito mais propício para se exprimir quando a realidade social não está estruturada por tipos de conflitos passíveis de serem tratados pelos atores. Por isso, considero que a violência é o contrário do conflito institucionalizado. Ela traduz a existência de problemas sociais que não se transformam em tema de debate e busca de solução pela sociedade (MINAYO, 2006, p. 21).

Dessa ilustração resulta a perspectiva de que a violência se potencializa quando os próprios atores não conseguem resolver os conflitos existentes e, ao vir à tona o quadro latente de desigualdades sociais, é cediço que tal entrave não alcança resolução pelos próprios prejudicados, os quais, por não conseguirem solucionar a questão de forma institucionalizada, recorrem à violência para assegurar seus desejos efêmeros e infinitos.

Ocorre que as expectativas individuais na contemporaneidade refletem, segundo Minayo (2006, p. 32), uma emergente ideologia dominante, a qual mescla consumismo com hedonismo, individualismo com egocêntrico e imediatismo, valores estes prevalentes na hipermodernidade, fomentada pela globalização e pelo capitalismo.

Assim, na contemporaneidade, é construído um padrão de consumo costurado por essas características e as técnicas de *marketing* e publicidade, por sua vez, se encarregam de fomentar essa lógica de consumo frenético em todas as camadas sociais, reforçando uma perspectiva de prevalecimento de necessidades artificiais sobre necessidades existenciais.

Contudo, é patente a imersão da sociedade em uma contundente fragmentação social, isto é, são altíssimos os níveis de desigualdade, bem como as elevadas taxas de desemprego existentes mundialmente, as quais acometem grupos diversificados, com proporções mais elevadas nas periferias urbanas.

Nessa linha de raciocínio, importante destacar também que nos muros (in)visíveis construídos entre ricos e miseráveis, apenas há espaço para o individualismo e o consumo hedonista, sem qualquer menção ou recurso à empatia e à solidariedade.

Porém, ainda que não se possa falar em condutas dotadas de altruísmo no mercado de consumo, é possível mencionar uma união que relaciona, em alguns aspectos, a todas as classes sociais: a felicidade em adquirir produtos tecnológicos, a sensação

indescritível de sentir-se incluído socialmente pelo uso de *smartphones* de uma última geração e o desejo vicioso de conseguir atender de forma imediata tais desejos, que são efêmeros, líquidos e que, no futuro, serão substituídos, haja vista que o ciclo de consumo e os desejos são infindáveis e estão em constante renovação.

Assim, é fomentada pela globalização e pelo sistema capitalista a construção padronizada do sentimento de que todos devem consumir o máximo possível para suprir suas frustrações e tristezas ou, ainda, compensar uma longa jornada de trabalho, independentemente da classe social a que pertença, pois, o que realmente importa, é cultuar a beleza, o prazer, os produtos de luxo e as compras por impulso, desprovidas de qualquer reflexão. Nesse sentido:

> As políticas públicas de expansão do consumo das classes populares são parte da lógica capitalista de ampliação do número de consumidores. Essa expansão leva os consumidores que ganham algum poder aquisitivo a desejar consumir mais e melhor, senda essa matriz simbólica presente no comportamento de consumo global (FREITAS FILHO; COSTA, 2017, p. 329).

Diante desse cenário, aqueles com menor poder aquisitivo, que foram excluídos social, econômica e, muitas vezes, historicamente, a partir da influência direta e imediata da indústria cultural de massa, possuem uma oportunidade única e inafastável de alcançar a felicidade artificial e, ainda, sentirem-se incluídos socialmente, por meio da aquisição de veículos, aparelhos de telefone celular, do uso de vestimentas de marcas ou grifes de grande refinamento.

> Mesmo excluída do universo do trabalho, a população dos centros de cidade e dos subúrbios desqualificados partilha os valores individualistas e consumistas das classes médias, a preocupação com a personalidade individual e autorrealização. Os jovens, em particular, valorizam a dimensão pessoal de seu consumo (roupas, músicas, lazares), os signos capazes de distingui-los de seus grupos pares. Daí em diante, mesmo os menos privilegiados pretendem ter acesso aos signos emblemáticos da sociedade de hiperconsumo e manifestam aspirações e comportamentos individualistas, mesma que seja na obediência da moda (...) O consumo é, nas condições presentes, o que constrói uma grande parte de sua identidade: quando faltam as outras vias do reconhecimento social, "torrar a grana" e consumir impõem-se como finalidades prementes (LIPOVETSKY, 2007, p. 191-192).

Desse modo, diante de um contexto de segregação social e de elevados níveis de desigualdade (sobejamente marcados pela insuficiência de direitos sociais exponenciais, como saúde, educação e cultura), para suprir todas as necessidades de consumo fomentadas pela indústria cultural de massa e veiculadas por intermináveis publicidades dirigidas, passa a ser patente uma forma historicamente conhecida de violência: a estrutural.

Sob a perspectiva de idealização das relações mantidas entre o cidadão e o Estado, a partir da ponderação dos atos que culminam com injustiça social, Galtung (2018, p. 8) suscitou a ideia de violência estrutural, delimitando-a como a violência indireta

e não pessoal presente na injustiça social, permitindo uma mais densa sobre a função exponencial do Estado na construção de políticas públicas destinadas aos indivíduos, possibilitando-lhes a efetiva cidadania.

A nuance multifacetada da violência, que pode se apresentar de forma visível ou não tão aparente, dificulta, na consciência geral popular, a percepção de que a historicidade de supressão contínua e perene de políticas públicas, subtraindo a possibilidade de cidadania efetiva à larga parcela da sociedade, possa ser enquadrada como um ato de violência.

Por essa razão, Lamarão Neto e Teixeira (2021, p. 25026), advertem que compreender a violência estrutural permite desmistificar a ideia reducionista da violência ao seu aspecto de criminalidade, proporcionando um efetivo esclarecimento no sentido de que a privação dos direitos e garantias fundamentais exclui o cidadão e se caracteriza como violação por parte do Estado, tornando-se fator relevante para o estudo da criminalidade.

Sob esse aspecto, Cruz Neto e Moreira afirmam que a violência estrutural reflete esquemas de dominação de classe e que se apresenta de forma tão natural que, por vezes, sequer é enquadrada no conceito de violência:

> Exatamente por ser exercida nas ações diárias de instituições consagradas por sua tradição e poder, esta forma de violência costuma ser considerada como algo natural que, na maioria das vezes, não é contestada, sob o pretexto de desestabilização da ordem social. O senso comum nem chega a compreendê-la como violência, mas sim como pura e simples incompetência de governantes e responsáveis, ou até mesmo, como uma maneira de gerenciar conflitos sociais (CRUZ NETO; MOREIRA 1999, p. 34-35).

Nesse passo, vislumbra-se que a violência estrutural não é natural, mas sim fruto da história e da construção social. Outrossim, essa forma de violência, além de estar atrelada às relações de poder, possui demarcação geográfica, afeta indivíduos com arrefecida capacidade de defesa e apresenta a consequência nefasta de tolher expectativas e projetos de vida. Sobre a temática:

> Essa categoria se refere aos processos sociais, políticos e econômicos que reproduzem e 'cronificam' a fome, a miséria e as desigualdades sociais, de gênero, de etnia e mantém o domínio adulto-cêntrico sobre crianças e adolescentes. Difícil de ser quantificada, pois aparentemente ocorre sem a consciência explícita dos sujeitos, a violência estrutural se perpetua nos micro e macroprocessos sócio-históricos, se repete e se naturaliza na cultura e é responsável por privilégios e formas de dominação (MINAYO, 2006, p. 81).

Esse contexto pode favorecer que os segmentos sociais afetados façam escolhas constrangidas, ou seja, despidas de racionalidade e oportunidades dignas, principalmente quando em estágios de formação e desenvolvimento, como os adolescentes. A consequência dessa realidade pode se materializar no desencadeamento de criminalidade patrimonial (ato infracional, no caso de adolescentes), como uma perspectiva

de participação e aceitação no senso comum de poder, devendo sempre ser feita a ressalva de que o indivíduo não é, exclusivamente, um produto do meio, sem vontade crítica.

Portanto, é evidente que a violência estrutural seleciona cidadãos que usufruirão de bem-estar e qualidade de vida, daqueles que ficarão à margem desse processo, que serão excluídos da proteção jurídica prevista nos ordenamentos jurídicos, principalmente no campo dos direitos sociais. Contudo, ainda que marginalizados desse processo, a sociedade é forçada a conviver diariamente com este grupo excluído e se deparar com um abismo social e econômico que segmenta essas classes sociais.

Sob essa perspectiva:

> Este encontro de desiguais engendra relações bastante peculiares, que não são necessariamente belicosas. No entanto, o agravamento dos problemas sociais e o aumento dos índices de delinquência vão, pouco a pouco, potencializando rancores que se expressam no preconceito, intolerância e medo (CRUZ NETO; MOREIRA, 1999, p. 39).

Logo, resta evidente que os sentimentos contemporâneos de medo, preconceito e intolerância, intensificam o abismo social e econômico existente na realidade, fragmentando classes abastadas e classes deficitárias. Logo:

> A segregação das novas elites globais, seu afastamento de seu compromisso que tinham com o *populus* do local no passado, a distância crescente entre espaços onde vivem os separatistas e o espaço onde habita, os que foram deixados para trás, estas são provavelmente as mais significativas tendências sociais, culturais e políticas associadas à passagem da fase sólida para a fase líquida da modernidade (BAUMAN, 2012).

Dessa forma, percebe-se que a violência estrutural, potencializada pelos desejos de consumo, pode incrementar o desencadeamento de outras formas de violência, como a delinquência. Conforme Minayo (2006, p. 81), a maioria dos tipos de violência tem sua base na denominada violência estrutural, a qual, conforme supramencionado, se refere a processos sociais, políticos e econômicos que refletem e tornam crônicas a fome, a miséria, as desigualdades sociais e de gênero, dentre outras, portanto, verifica-se que a delinquência encontra respaldo na desestruturação inerente à violência estrutural.

Portanto, para justificar a finalidade de ser feliz no mundo globalizado, diversos núcleos sociais têm recorrido à violência, sob o aspecto de cometimento de crimes e atos infracionais, com vistas ao recebimento de bens ou valores para suprir seus infinitos desejos de consumo.

A violência, a partir dessa perspectiva, apresenta-se como uma suposta escolha para redução da desigualdade social e econômica que pode ser justificada por várias nuances e ter diversas finalidades, cumprindo destacar, dentre elas, alimentar o consumo artificial existente dentro de cada indivíduo.

Dessa forma, diante dos assédios de consumo característicos da denominada hipermodernidade, que atinge todos, especialmente os jovens, que se encontram em fase de transição e necessidade de formação de sua identidade social, vislumbra-se que a violência (por meio da delinquência) se apresenta como meio para a satisfação dos desejos efêmeros e inesgotáveis dos indivíduos, haja vista que, por meio ilícitos, é possível garantir imediatamente bens e valores de terceiros para saciar seus desejos de consumo.

Nesse sentido, cumpre destacar o impacto que o consumo desenfreado gera nesse cenário. A fase líquida, no contexto de hipermodernidade, é caracterizada pelo consumo excessivo, individualismo, hedonismo e desejos efêmeros e voláteis, porém, apresenta consequências graves.

Dentre os principais efeitos perversos desse consumismo obsessivo, destaca-se a segregação social, a qual implica no crescimento expressivo da delinquência, isto é, aumento dos crimes e atos infracionais gerados, eventualmente, pela revolta e frustração decorrentes da privação econômica de grupos vulneráveis, como os jovens, sujeitos aos assédios de consumo e ao império das necessidades artificiais, que visualizam no consumismo uma forma de realização na escala social vertical. Assim:

> Consequentemente, devido à hegemonia dos padrões sociais estabelecidos, bem como da ligação profunda que então se estabelece entre os bens de consumo e o processo de estratificação social, algumas pessoas veem o consumo como uma forma de realização na escala social vertical (VERBICARO; SOARES, 2017, p. 357).

Com efeito, a delinquência, fomentada pelo viés consumista, potencializa a violência estrutural, na medida em que guarda estreita relação com a fome, miséria e exclusão social, o que reforça o aprofundamento daquela no contexto atual. Nessa temática:

> Na medida em que os grupos dominantes legitimam as desigualdades, através de coerções físicas e psicológicas, instituem um lugar não social, onde os não cidadãos disputam fragmentos de um espaço de expressão, inclusive através de delinquência. Não se deve admirar, portanto, que os pobres-negros-jovens (e mais fortemente uma pessoa articulando os três atributos) sejam escolhidos como criminosos preferenciais. Quando se olha, porém, o 'avesso da coisa', são, antes de tudo, vítimas preferenciais de uma sociedade onde a ordem de progresso é a concentração de renda e exclusão dos grupos (CRUZ NETO; MOREIRA 1999, p. 51).

Não por outra razão, sustenta-se que o enfrentamento de qualquer fenômeno criminal exige posição do Estado em inúmeras esferas, não se descartando a redução de desigualdades sociais, a partir de políticas públicas sólidas.

Assim, Cruz Neto e Moreira (1999, p. 51) afirmam que é importante ter clara noção de que a pobreza, miséria e desigualdade não explicam, isoladamente, a delinquência, porém, por serem produtos da violência estrutural, constituem espaço privilegiado para a estruturação de outras manifestações correlatas de violência.

Imprescindível que sejam analisados alguns aspectos de consumo de grande relevo, como a sustentabilidade e a responsabilidade dos indivíduos nesse cenário, bem como a necessidade de concretização de políticas públicas que reduzam ou eliminem as violências discorridas neste estudo.

## 4 A EDUCAÇÃO NA DIFUSÃO DO CONSUMO RESPONSÁVEL E SUSTENTÁVEL

O consumo, conforme previamente mencionado, já passou por diversas épocas e transições, ressaltando-se que cada uma delas possui suas peculiaridades.

Atualmente, o contexto mundial reflete a hipermodernidade, a qual é caracterizada pelos denominados superconsumidores e o consumo desmedido em nível global, porém esta prática é segregada na medida em que se adentra nas relações de poder, privilégios e formas de dominação, pois nem todos possuem condições financeiras para nutrir esse ciclo vicioso de consumo, fomentado pela indústria cultural de massa, que atinge os mais distintos segmentos sociais.

Portanto, as desigualdades sociais, econômicas e históricas estão interligadas à perspectiva da violência estrutural, a qual apresenta o espaço propício à propagação de outras formas de violência, como a delinquência.

Nesse cenário, eventualmente, muitos crimes e atos infracionais patrimoniais são praticados para obter recursos visando satisfazer pretensões de consumo, as quais são criadas por meio de publicidade dirigida, além de tentar compensar sentimentos de hedonismo e pertencimento social, sempre na expectativa de derrubar os severos muros impostos pela segregação e exclusão social.

Contudo, a lógica consumista é impertinente, uma vez que os desejos de consumo são voláteis: os produtos expostos na vitrine de uma loja neste momento, certamente não serão os mesmos apresentados no mês seguinte, ocasionando frustração ao indivíduo vinculado à compulsão.

Assim, percebe-se que a plena satisfação do indivíduo não será alcançada pelo consumo, pois o sentimento de pertencimento e reconhecimento social serão efêmeros. Dessa forma, a ideia de realocação social pelo consumo jamais alcançará a finalidade almejada e distanciará os agentes com base em suas condições sociais e financeiras.

Logo, o estudo das relações entre consumo e violência, em seus aspectos estrutural e delinquencial, demanda uma análise complexa e intersetorial sobre o papel das políticas públicas sociais, que afetam a vida das pessoas no campo político, econômico, social e jurídico, atuando, decisivamente, em como os indivíduos concretizam os atos necessários à consecução de seus planos racionais de vida (Lamarão Neto; Brito Filho, 2016, p. 55).

Nesse aspecto, Oliveira, Correia e Gomes (2018, p. 383), destacam a necessidade de se rediscutir o consumo a partir da sustentabilidade, em sintonia com um dos mais expoentes objetivos de desenvolvimento sustentável, centralizando-se na percepção das necessidades humanas efetivas, buscando-se, sobejamente, estabelecer o respeito aos limites do ecossistema. Assim, repensam o comportamento do consumidor numa perspectiva associada à mudanças mais amplas, nas configurações relacionadas às práticas de consumo.

Inicialmente, é imprescindível que seja feito o rompimento da dependência consumista que se constata atualmente, de forma que lhe sejam apresentados outros mecanismos para que o indivíduo alcance o sentimento real de felicidade.

Para tanto, faz-se necessária a implementação de políticas públicas que, além de esclarecer sobre as vantagens de um consumo responsável, sustentável e solidário, também reduzam ou extingam este grave quadro de exclusão social que se vislumbra na contemporaneidade.

Pontualmente, Cruz Neto e Moreira (1999, p. 43) advertem que as condições de vida de uma população e, consequentemente, de um de seus segmentos, mantém intrínseca e indelével ligação com as políticas públicas fomentadas pelo Estado nos seus mais diferentes níveis administrativos.

Nesse sentido, a educação para um consumo solidário é uma das principais metas da Política Nacional das Relações de Consumo no Brasil. A educação tradicional conduz o homem à passividade e ao conformismo e, por consequência, a desvalorização e diminuição do próprio indivíduo. Busca-se, na verdade, incentivar o consumidor a exercitar a crítica, o inconformismo, a insurgência qualificada e a efetiva ocupação dos espaços políticos de deliberação.

O consumidor precisa entender o sentido e o alcance do assédio de consumo, exercer maior capacidade de reflexão no exercício de sua liberdade de escolha, de modo a evitar que seja ela funcionalizada pela indústria cultural, para que, empoderados em relação aos seus direitos, possam pensar além dos limites do poder estabelecido pelo mercado.

Assim, o Estado deve elaborar e implementar políticas públicas que orientem e conscientizem os indivíduos acerca da importância de um consumo refletido e racional, ou seja, que atenda suas necessidades existenciais e se acomode dentre do orçamento pessoal de cada indivíduo.

A conscientização crítica e educação ganham protagonismo nesse cenário, uma vez que devem ser esclarecidos os pressupostos de um consumo responsável e sustentável, isto é, aquele que atenda as demandas necessárias do indivíduo e assegure a sustentabilidade dos recursos e bens necessários as presentes e futuras gerações.

Para tanto, os impulsos materiais desmedidos devem ser contidos e a escolha de produtos e serviços deve seguir critérios de racionalidade, com base em uma lógica utilitarista: adquirir os itens que vinculem a funcionalidade do bem às necessidades e expectativas do consumidor.

Nesse sentido, Verbicaro e Soares (2017, p. 360) explicam que é necessária a difusão da ideia de que a autoestima e a felicidade do indivíduo não estão em seu poder de compra ou na submissão aos apelos publicitários do mercado. Ademais, ressalte-se que uma decisão utilitarista quanto à compra de itens que atendam a funcionalidade esperada não excluirá o indivíduo da vida social e nem o tornará infeliz.

Ademais, Lipovetsky ratifica que não há comprovação de que o consumo traduz a felicidade:

> Devemos reconhecer que, no plano da felicidade, as críticas ao hiperconsumo não são desprovidas de fundamento. Dispomos de um número incessantemente aumentado de objetos e de lazeres: não se vê a sociedade mais radiante por isso. Consome-se três vezes mais energia que nos anos 1960: a quem queremos crer que somos três vezes mais felizes: A ideia é justa: O Produto Nacional Interno Bruto não é a felicidade Nacional Bruta, a vida boa não pode ser confundida com o avanço consumista (LIPOVETSKY, 2007, p. 346).

No que tange à sustentabilidade do consumo, cumpre frisar que o consumo deve ser refletido também a partir do legado que se almeja deixar para as presentes e futuras gerações. Logo, a esfera individualista da hipermodernidade precisa dar espaço para as perspectivas coletivas e para aqueles que sequer podem reivindicar direito no presente momento. Claudia Lima Marques destaca a importância da proteção das futuras gerações em razão da vulnerabilidade destas:

> No novo direito privado, tanto a noção de tutela de interesse das futuras gerações, quanto à responsabilidade decorrente de sua atuação surgem – ainda que em estágio inicial – do desenvolvimento do princípio da precaução e seus efeitos, bem como sobre a possibilidade e a conveniência de sua proteção autônoma em relação aos titulares atuais de direitos. O reconhecimento da vulnerabilidade das futuras gerações, de sua vez, se dá pela impossibilidade de reivindicar hoje a proteção dos seus interesses. Expressa-se como uma decisão de respeito a liberdade das futuras gerações, exigindo um comportamento ativo das gerações atuais na preservação desses interesses (MARQUES, 2014, p. 178-179).

Outrossim, é evidente que o consumo desenfreado é insustentável social e ambientalmente, o que mais uma vez enfatiza a necessidade de criação, implementação e monitoramento de políticas públicas aptas a transformar a realidade de consumismo exacerbado e mitigar a violência, principalmente, em seus vieses estrutural e delinquencial.

Ademais, o consumidor, ao agir de forma livre, consciente, sustentável e responsável, terá plenas condições de reestruturar sua autoestima cívica, pois conseguirá fortalecer sua efetiva cidadania, contribuindo para os objetivos de construir uma

sociedade livre, justa e solidária, sem olvidar que poderá atuar ativamente no processo deliberativo para criação ou aperfeiçoamento de normas de consumo.

Outrossim, ao educar e conscientizar o consumidor, independentemente da classe social ou do poder aquisitivo que possua, rompem-se barreiras culturais e históricas, minoram-se desigualdades sociais e econômicas e ainda se abre espaço propício ao diálogo e interação entre as comunidades. Nas palavras de Bauman:

> Se os seres humanos aceitam e apreciam outros seres humanos e se empenham no diálogo, logo veremos que as diferenças culturais deixarão de ser *casus belli*. É possível ser diferente e viver junto. Pode-se aprender a arte de aprender a viver com a diferença, respeitando-a, salvaguardando a diversidade de um e aceitando a diversidade do outro. É possível fazer isso cotidianamente, de modo imperceptível, na cidade (BAUMAN, 2012, p. 43).

Assim, vislumbra-se que, para lidar com consumo desenfreado, violência estrutural e suas reações, como a delinquência, deve-se considerar um estudo multifacetado pautado na criação e implementação de políticas públicas educativas, fundamentadas em um consumo racional, responsável e sustentável que fomentará a solidariedade, a empatia e a compaixão, as quais se mostram imprescindíveis para a construção de uma sociedade mais harmônica, equilibrada e menos desigual.

## 5 CONCLUSÃO

O assédio de consumo é propagado pela indústria cultural de massa e divulgado pelos variados canais de comunicação. A mensagem difundida é que o consumo frenético e irrefletido traz felicidade ao cidadão, além de supostamente garantir os sentimentos de pertencimento social e de hedonismo, como também representa um mecanismo de escape psicológico eficaz para as angústias que projetam um futuro incerto e sombrio.

Atualmente, as necessidades existenciais, relacionadas às funcionalidades dos bens que se adquire, são substituídas por necessidades artificiais criadas pelas estratégias de *marketing* de um mundo globalizado, com indiscutível influência do sistema capitalista.

Ocorre que os desejos de consumo, caracterizados por volatilidade e efemeridade, necessitam ser constantemente atendidos em um verdadeiro ciclo vicioso, incapaz de ser acompanhado pela, cada vez mais, cambaleante renda familiar, sobretudo num contexto recente da pandemia que, conquanto agrave a crise econômica e o poder de compra do indivíduo, favorece o individualismo, a compulsão de consumo e, por conseguinte, a revolta e a frustração de não se alcançar esse falseado padrão de qualidade de vida concebido pela indústria cultural. Em suma, a convergência de todos esses fatores é um elemento necessário para análise do fenômeno criminal a partir de uma perspectiva abrangente de violência estrutural.

Essa cadeia de consumo traz à tona diversos efeitos negativos, cumprindo destacar, dentre eles, a retroalimentação da violência estrutural, através da manutenção de desigualdades sociais, como também propiciando circunstâncias que não podem ser consideradas periféricas em relação à delinquência.

Nessa linha de raciocínio, ao adentrar no estudo da violência estrutural, constata-se que esta possui raízes históricas, sociais e econômicas, que demonstram a grande segregação criada entre segmentos sociais e a ausência de condições mínimas de subsistência das classes excluídas, o que muito se agravou no Brasil no contexto da pandemia do COVID-19. Assim, o consumismo desmedido e irracional analisado a partir, principalmente, da violência estrutural, corrobora que aquele potencializa as barreiras socioeconômicas inerentes a esta.

Logo, diante desse entrave, são imprescindíveis a implementação e a concretização de políticas públicas que conscientizem o consumidor, numa perspectiva de cidadania efetiva, sobre suas reais necessidades e prioridades. Ademais, não se pode esquecer a relevância de um consumo sustentável e responsável para que as presentes e futuras gerações possam viver dignamente.

Assim, o consumidor, a partir de uma lógica de responsabilidade e sustentabilidade, demonstraria sua preocupação com o próximo, característica singular que o distingue dos animais. Outrossim, seriam reforçadas a cidadania, a empatia, a compaixão e a solidariedade, as quais têm o condão de fomentar o respeito e a aceitação das diversidades existentes entre seres humanos.

Destarte, as políticas públicas educativas fomentam a abertura de um espaço solidário, que prestigia o florescimento das virtudes humanas em escala planetária, as quais se mostram essenciais para refletir criticamente o consumo exacerbado, inibir o crescimento de elementos propulsores que envolvem a prática do fenômeno criminal patrimonial e mitigar a exclusão e as desigualdades sociais e econômicas.

Dessa forma, a discussão sobre a essencialidade do consumo e a ressignificação das necessidades existenciais possui grande relevância, sendo imprescindível que a sociedade reflita a temática, na medida em que o consumismo é uma compulsão que agrava a vulnerabilidade comportamental dos sujeitos, gerando efeitos econômicos, sociais, psicológicos e familiares, devastadores aos planos racionais de vida numa sociedade de cooperação.

Nesse diagnóstico de tantos paradoxos, muitos são os desafios à tutela do consumidor, que precisa, mais do que nunca, adaptar-se a essa nova realidade, conscientizando-se do seu papel social e possibilitando a recuperação da sua autoestima cívica, pela ocupação dos espaços políticos de deliberação criados pelo Código de Defesa do Consumidor e, sobretudo, pelo desenvolvimento gregário de pertencimento à categoria de consumidores. É preciso, portanto, criar laços sociais autênticos, em contra-

ponto aos modelos ilusórios e artificiais de bem-estar amplamente difundidos pela indústria cultural, desenvolvendo a capacidade de conhecer e valorizar o outro, satisfazendo-se através de uma verdadeira empatia solidária.

Sob o viés de uma democracia participativa e partindo de um novo conceito de cidadania instrumental, o consumidor deve intervir no processo deliberativo e debater as principais questões da relação de consumo, organizando-se para proteger os seus interesses, devendo compreender as virtudes da educação para o consumo sustentável, da participação social e, sobretudo, confiar que sua atuação conjunta é capaz de produzir maiores benefícios aos consumidores coletivamente considerados em comparação ao que se conseguiria através de ações individuais pulverizadas.

O novo *status* político do consumidor o elevará a uma condição de maior empoderamento no mercado, a partir do fortalecimento de um interesse comum pelo sentimento de empatia social. Esse novo *status* dotará a categoria de consumidores de confiança e legitimidade para participar ativa e permanentemente de um processo político e deliberativo com vistas ao exercício de uma verdadeira força contra majoritária em relação ao assédio de consumo, aprimorando-se a tutela jurídica dos agentes econômicos do mercado pela prevenção e combate à violência estrutural.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. **Cepal: crise por causa de covid-19 será uma das piores do mundo.** Disponível em: https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-03/cepal-crise-por-causa-de-covid-19-sera-uma-das-piores-do-mundo/. Acesso em 27 set. 2022.

BAUMAN, Zygmunt. **Confiança e medo na cidade.** Edição digital, 2012. ISBN: 978-85-378-0943-3. Disponível em: https://edisciplinas.usbr/pluginfile.php/4561096/mod_resource/content/1/Confianca%20e%20Medo%20na%20Cidade%20-%20Zygmunt%20Bauman.pdf. Acesso em 15 set. 2022.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida.** Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida a crédito**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: A transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BUCCI, Maria Paula Dallari (Org.). **Políticas públicas: reflexões sobre o conceito jurídico**. São Paulo: Saraiva, 2006.

CAMPELLO, Cynthia; VERBICARO, Dennis; MARANHÃO, Ney. Necessidades artificiais de consumo e agravamento da vulnerabilidade obreira: análise à luz do capitalismo predatório e da indústria cultural. **Revista de Direito do Trabalho.** Vol. 211/2020, 2020. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/341903191_NECESSIDADES_ARTIFICIAIS_DE_CONSUMO_E_AGRAVAMENTO_DA_VULNERABILIDADE_OBREIRA_ANALISE_A_LUZ_DO_CAPITALISMO_PREDATORIO_E_DA_INDUSTRIA_CULTURAL. Acesso em: 10 ago. 2022.

CRUZ, Daniel Nery da. Algumas características da pós-modernidade na concepção de Gilles Lipovetsky. **Revista intuitio.** Porto Alegre**,** v. 6, n. 1., 2013, p. 79-95.

CRUZ NETO, Otávio; MOREIRA, Marcelo Rasga. A concretização de políticas públicas em direção à prevenção da violência estrutural. **Ciência saúde coletiva**: vol. 4. Rio de Janeiro, 1999. Disponível em: https://doi.org/10.1590/S1413-81231999000100004. Acesso em: 20 ago. 2022.

DOMENACH, Jean-Marie. **La violencia y sus causas.** Organización de las Naciones Unidas para la educación, la ciencia y la cultura. Unesco, 1981.

GALTUNG, Johan. **Violence, peace and peace research**. Journal of Peace Research, 6, 1969, pp. 67-191.

LAMARÃO NETO, Homero; BRITO FILHO, José Claudio Monteiro de. Igual consideração e a incidência das variáveis políticas em Dworkin e Sen. **Revista de Teorias da Justiça, da Decisão e da Argumentação Jurídica.** E-ISNN 2525-9644. Brasília, v. 2, n. 1, Jan/Jun, 2016, p. 48-60. Disponível em: https://indexlaw.org/index.php/revistateoriasjustica/article/view/1089. Acesso em 30 set. 2022.

LAMARÃO NETO, Homero; TEIXEIRA, Eliana Maria de Souza Franco. Violência (estrutural) e criminalidade patrimonial**. Brazilian Journal of Development.** São José dos Pinhais, v. 7, n. 3 (2021), p. 25016-25032, mar. 2021. Disponível em: https://www.brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/view/26186. Acesso em: 05 ago 2022.

LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos. Ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo.** São Paulo: Barcarolla, 2004.

LIPOVETSKY, Gilles. **felicidade paradoxal:** ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das letras, 2007.

MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis.** São Paulo: Editora dos Tribunais, 2014.

MARQUES, Cláudia Lima; MEIRA, Felipe. **A redefinição da noção de cidadania no supercapitalismo**: de cidadão a consumidor**.** Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2017.

MINAYO, Marília Cecília de Souza. **Violência e Saúde.** Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2006.

MIRAGEM, Bruno; BERGSTEIN, Lais**.** O papel da informação nos contratos de consumo como modelo do Novo Direito privado solidário. In: VERBICARO, Dennis; ATAÍDE, Camila; ACIOLI, Carlos. **Provocações contemporâneas no direito do consumidor.** Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 2018.

MORIN, Edgar. **A via para o futuro da humanidade.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.

SILVA, Luiza Tuma da Ponte. **Maquiagem publicitária à luz da responsabilidade social corporativa:** uma forma de burla ao novo ideal de consumo identitário. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2022.

OLIVEIRA, Verônica Macário de; CORREIA, Suzanne Erica Nóbrega; GOMEZ, Carla Regina Pasa. Inovações sociais como meio de promoção do consumo sustentável: possibilidades e desafios. **Desenvolvimento em questão**. Ijuí, ano 16, n. 44, jul/set., 2018. Disponível em: https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/5786. Acesso em 05 out. 2022.

VERBICARO, Dennis. A construção de um novo modelo de cidadania participativa do consumidor a partir da Política Nacional Das Relações De Consumo. **Revista de Direito do Consumidor.** São Paulo, ano 26, vol. 110, mar/abr., 2017.

VERBICARO, D.; RODRIGUES, L. S. D. S. REFLEXÕES SOBRE O CONSUMO NA HIPERMODERNIDADE: O DIAGNÓSTICO DE UMA SOCIEDADE CONFESSIONAL. **Revista Direito em Debate**, v. 26, n. 48, p. 342–363, 2017. Disponível em: https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/revistadireitoemdebate/article/view/6836. Acesso em: 5 out. 2022.

VERBICARO, Dennis; SOARES, Lays; ATAÍDE, Camille. Desvendando a vulnerabilidade comportamental do consumidor: uma análise jurídico-psicológica do assédio de consumo. In: Verbicaro, Dennis, Camila Ataíde e Carlos Acioli. **Provocações contemporâneas no direito do consumidor.** Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 2018.

ZAK, Paul J. **A molécula da moralidade**: as surpreendentes descobertas sobre a substância que desperta o melhor em nós. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.