



## SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO E SEUS REFLEXOS AO CONSUMISMO

### INFORMATION SOCIETY AND ITS CONSUMER REFLECTIONS

Luiz Ernani Bonesso de Araújo<sup>1</sup>  
Joelma da Silva Machado de França<sup>2</sup>  
Maria Célia Albino da Rocha<sup>3</sup>

#### RESUMO

Este artigo analisa a Era da Informação no contexto capitalista no que tange os seus reflexos à sociedade de consumo. Além disso, abordam as estratégias do sistema capitalista frente às empresas na busca de benefícios econômicos que favorece uma parcela da população. Nesse contexto, verifica a relevância das ferramentas tecnológicas na atualidade ligadas às relações de consumo, porém, nessa relação originam comportamentos ensejadores de resultados negativos no cerne social que merecem reflexões. Diante desse cenário, se faz pertinente verificar qual a relação do mercado de consumo na conjuntura da obsolescência programada e do superendividamento? O objetivo desse trabalho é discorrer acerca do fenômeno do superendividamento da coletividade brasileira e desmitificar as causas e os efeitos desse evento ligado ao instituto da obsolescência programada. Com o propósito de buscar o elemento norteador dessa pesquisa, segue uma linha metodológica fundamentada no método dedutivo. Assim, envereda-se em um estudo de modo qualitativo com emprego da pesquisa bibliográfica. Os resultados adquiridos com esse artigo revelam que a lógica do consumismo tem uma relação direta com as estratégias do capitalismo embutido no meio social, logo faz com que as mercadorias e produtos se valam da obsolescência programada para consumir mais, e cria uma falsa sensação de inclusão social. Ademais, o superendividamento é um problema que geram consequências econômicas e também sociais.

Palavras-chave: Era da informação; Obsolescência programada; Sociedade de consumo; Superendividamento

#### ABSTRACT

This article analyzes the Information Age in the capitalist context in terms of its reflexes to consumer society. In addition, they address the strategies of the capitalist system regarding companies in pursuit of economic benefits that favor a portion of the population. In this context, it verifies the relevance of the technological tools currently linked to consumer relations, but in this relation they originate behaviors that have negative results in the social core that merit reflection.

<sup>1</sup>Doutor em Direito pela Universidade Federal de Santa Catarina, professor titular da graduação e pós-graduação em Direito da Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: Luiz.bonesso@gmail.com.

<sup>2</sup>Graduada em Direito - FAPAS- Faculdade Palotina de Santa Maria, joelmafranca12@yahoo.com.br.

<sup>3</sup>Mestranda em Direito pela Universidade Federal de Santa Maria-RS, especialista em Direito Penal e Processo Penal pelo Centro Universitário de Araras "Dr. Edmundo Ulson" e especialista em Direito Processual Civil pela Faculdade Direito Professor Damásio de Jesus. E-mail: celiarocha45@hotmail.com.



Given this scenario, is it pertinent to verify the relationship of the consumer market in the context of programmed obsolescence and over-indebtedness? The objective of this work is to discuss the phenomenon of the over-indebtedness of the Brazilian collectivity and to demystify the causes and effects of this event. With the purpose of searching the guiding element of this research, it follows a methodological line based on the deductive method. Thus, a qualitative study is undertaken with the use of bibliographical research. The results obtained with this article reveal that the logic of consumerism has a direct relation with the strategies of capitalism embedded in the social environment, thus causing the goods and products to use the programmed obsolescence to consume more and creates a false sense of inclusion social. In addition, over-indebtedness is a problem that generates economic as well as social consequences.

Keywords: Information age; Scheduled obsolescence; Consumer society; Super indebtedness

## INTRODUÇÃO

A Era da Informação se vale de um período histórico que possibilitou inúmeras mudanças na sociedade, fez surgir uma poderosa e importante ferramenta, a internet. As tecnologias possibilitam o fortalecimento do sistema capitalista, com essa prática introduz estratégia ao mercado de consumo, dentre uma das estratégias incrementada no sistema, destaca-se a obsolescência programada nos produtos e mercadorias.

A internet é um fenômeno poderoso que contempla a informação e a comunicação imediata, sua transmissão consegue atingir uma quantidade incrível de pessoas, tanto na expansão de tempo, como também de espaço. Logo, a rede ocasiona ao indivíduo uma máxima liberdade de expressão, na tentativa de evitar violações e abusos de direitos fundamentais e dentre outros, é posto no ordenamento jurídico algumas limitações.

O mercado de consumo aumenta e ganha espaço no âmbito nacional e global com a internet, pois as fronteiras são ultrapassadas com esse instrumento de comunicação na Era Digital. Esse é um momento da história que os bens já têm prazos de duração, que engessa a designada obsolescência programada.

Na Sociedade da informação, muitas notícias pode informar de maneira superficial, como pode levar a desinformação, contudo, isso gera problema. Nessa contradição de ideias, as oportunidades de compras facilitadas também surgem nesse cenário, todavia, as empresas não demonstram as consequências desastrosas dessa relação. Perante muitas informações e facilidades nas obtenções de cartões de créditos, as pessoas ficam iludidas pelo acesso ao produto e ao serviço, conseqüentemente, logo atinge um superendividamento.

No início desse vínculo imposto pelo mercado, gera na população uma pseudo sensação de inclusão social e alimenta um falso sentimento de bem-estar, especialmente,



às pessoas pertencentes a um grupo desprivilegiado do conhecimento, enclausurado pelo sistema da exploração. Portanto, os efeitos do jogo desigual e camuflado do consumismo é o superendividamento.

Diante dessa situação, se faz pertinente verificar qual a relação do mercado de consumo na conjuntura da obsolescência programada e do superendividamento?

O objetivo desse trabalho é discorrer acerca do fenômeno do superendividamento da coletividade brasileira e desmitificar as causas e os efeitos desse evento ligado ao instituto da obsolescência programada.

O método de abordagem desse trabalho é o dedutivo, considerando que o estudo foi originado pela ótica da Era da Informação na circunstância do sistema capitalista conforme as ramificações de algumas temáticas, como: comunismo, obsolescência programada no tocante análise dos efeitos do superendividamento. Dessa maneira, a investigação explorada visa atingir um resultado convincente sobre a vigente pesquisa.

No que se refere ao método de procedimento, faz-se uso da análise bibliográfica e documental, por meio da obtenção de livros, revistas e artigos disponíveis tanto por meio físico quanto virtualmente. Ainda, utilizando-se como técnica de coleta de dados a produção de fichamentos e resumos expandidos.

Por último, este trabalho foi desenvolvido em três capítulos: O primeiro capítulo foi destacado um breve apontamento sobre a Era da Informação; o segundo capítulo foi mencionado a Era digital e a Sociedade do consumo; por último, o terceiro foi discorrido o comércio eletrônico e o consumismo.

## 1 BREVE APONTAMENTO SOBRE A ERA DA INFORMAÇÃO

A Sociedade da Informação vive momento de destaque nas transformações ocorridas, em razão do surgimento da internet. A internet é uma ferramenta que trouxe mudanças radicais no mercado de consumo, pois essa conjuntura possibilita um alcance expansivo da comunicação entre os indivíduos ao mesmo tempo e em diversos espaços.

No prisma do capitalismo, a rede foi um mecanismo fundamental para fortalecer esse sistema de exploração. As notícias veiculadas pela a internet passaram ser



globalizadas, possibilitando facilidades nas pesquisas para um consumo crescente, consequentemente, as relações econômicas expandiram na coletividade.

A Sociedade da Informação aduz um amplo fluxo de capital e aumenta a necessidade de atualização constante. Além disso, é uma sociedade que sucede investimentos de recursos ao mercado para permanecer incluída em uma esfera que a cada dia aumenta a competitividade, para isso, é preciso lidar com as novas tecnologias.

Na busca do desenvolvimento acelerado, as empresas tendem investir nos setores tecnológicos para atender as novas demandas. O desígnio da órbita mundial pelo lucro e pelo sucesso, faz com que as corporações ampliem suas cargas de estratégias, sejam pelas propagandas nos meios *on-line* ou pelas pesquisas de coletas dos dados virtuais que ajudam inserir novos produtos em uma determinada área e no comércio no geral.

A internet fez nascer novas formas de comunicações que mudaram a maneira de relacionar com as pessoas. As agências de comunicações inteligadas às oportunidades do comércio, possibilitam um novo mecanismo de relacionamento com os clientes para o progresso do mercado publicitário.

Essas evoluções tecnológicas que surgiram da Era digital, fez com que novas assistências fossem originadas para suprirem as inaugurais carências das empresas, ainda, de uma certa forma, também para atender as necessidades dos clientes.

Na atualidade, percebe-se que ocorreram tantas transformações sociais, que resultaram em notícias circulantes pelos meios de comunicações. No últimos anos, nota-se que diariamente o número de informação cresceu pela via da internet, fazendo com que as pessoas tivessem uma grande quantidade de informação, e sem ter a oportunidade de verificar na mesma proporção a procedência da notícia no que tange as fontes. Assim sendo, com esse evento de informação, enseja no atingimento de um número incalculável de pessoa ao mesmo tempo.

Têmis Limberger discorre esse processo de expansão de Informação na sua obra “[...] atualmente, o acesso de um maior número de pessoas à informática representa um avanço para a comunicação, uma vez que o computador não é somente uma máquina, com seu aspect tecnológico de última geração”<sup>4</sup>, ainda nesse sentido, o autor acrescenta que “mas também leva consigo a possibilidade de transmitir a informação de uma forma muito

<sup>4</sup> LIMBERGER, Têmis. *O direito à intimidade na era da informática: a necessidade de proteção dos dados pessoais*. Porto Alegre: Livraria do advogado, 2007, p. 51.



veloz. Hoje em dia, os computadores não estão mais isolados, mas sim interligados em rede, em conexão com outros computadores”.

O processo de globalização permitiu o desenvolvimento das tecnologias, bem como essa rapidez de inter-relação entre os países. As grandes empresas tiveram mais oportunidades nas produções de seus produtos e mercadorias, assim, como aumentaram as divulgações desses bens.

Na relação de consumo, as pessoas com o acesso às tecnologias nos espaços desejados e favorecidos, ficam mais vulneráveis às realizações de transações pela internet. O espaço midiático é tão bem projetado pelas estratégias do capitalismo, que as propagandas acabam por seduzirem os usuários nas execuções das compras dos produtos e serviços.

Para realizar uma compra, a população não precisa sair de sua residência, do seu trabalho, e nem é preciso se deslocar à uma empresa, apenas é necessário acessar uma rede para efetuar compras e pagamentos *on-line*.

O advento das novas tecnologias possibilitam as dilatações das comunicações mediante o meio virtual com a criação e a existência de diversos canais de divulgações, de instrumentos que viabilizam as informações, como: participações de redes sociais, fóruns, blogs, páginas pessoas e outros recursos de acesso.

Segundo Letícia Canut “a internet, assim como o próprio paradigma digital resulta da convergência de diversas tecnologias de comunicação. Ela é a rede mundial, ou seja, a maior interconexão de redes de computadores do mundo”<sup>5</sup>.

A internet é um dos mecanismos que representa a globalização na criação do pensamento dominante. Nesse ambiente virtual e dinâmico, possibilita uma relação consumerista com novas diretrizes e habilidades inovadoras que geram atividades de desenvolvimentos econômicos entre os países e nos aspectos: político, econômico, cultural e social.

Nessa órbita tecnológica de inúmeras transformações e desafios para se manter no mercado competitivo é preciso encarar as mudanças nos padrões internacionais. Os rompimentos dos limites territoriais por meio da internet demonstra a potência no imenso

<sup>5</sup> CANUT, Letícia. **Proteção do consumidor no comércio eletrônico: uma questão de inteligência coletiva que ultrapassa o direito tradicional**. Curitiba: Juruá, 2008, p. 56.



acesso global, que promovem aos usuários acessos gratuitos ou pagos, em um local público ou privado.

Na esfera comercial, as difusões instantâneas de informações e comunicações se revelam uma mídia desmassificada, não sendo controlada por reduzidas fontes. Esse trabalho dinâmico se dá pela contribuição de informações de vários usuários exercendo de maneira livre, expondo conteúdos diversos, ideias, pensamentos, ideologias, opiniões.

Ignacio Ramonet Miguez disserta o assunto referente o papel da mídia na sua visão “[...] com a internet - mídia, daqui em diante, tão banal quanto o telefone - entramos em uma nova era da comunicação. Muitos estimam, com certa ingenuidade, que o valor cada vez maior de comunicação fará reinar, nas nossas sociedades, uma harmonia crescente”<sup>6</sup>. E retrata ser “Lei do engano. A comunicação, em si, não constitui um progresso social. E ainda menos quando é controlada pelas grandes firmas comerciais da multimídia. Ou quando contribui para aprofundar as diferenças e as desigualdades entre cidadãos” que se encontra no mesmo território nacional, ou sendo habitantes do mesmo mundo.

Ademais, a Era Digital trouxe vários ensejos positivos no que tange rapidez, expansões nas divulgações e comunicações, alcance de espaços e tempo imediato, dentre outras novidades, mas em proporcionalidades semelhantes resplandecem as repercussões negativas.

## 2 A ERA DIGITAL E A SOCIEDADE DE CONSUMO

O Brasil nas últimas décadas tem investido no crescimento econômico do país. Desse modo, com a instabilidade projetada pelas medidas assumidas no Plano Real em que o governo verificou bons resultados, esse foi um ponto de partida para o surgimento de novos investimentos. Nesse período, projetaram as aplicações nas políticas públicas, possibilitando oportunidades à população menos favorecida a ter acesso aos créditos para o aumento do consumo.

<sup>6</sup> MIGUEZ, Ramonet Ignacio. *Geopolítica do Caos*. Petrópolis- RJ. Vozes, 1998, p. 145.



A população brasileira se valendo das chances da obtenção de crédito na ilusão de uma falsa qualidade de vida, passa adquirir de forma desregulada bens de consumo. Nos últimos anos, algumas famílias tiveram “sonhos realizados” de possuir a casa própria com infinitas prestações, além do que, inúmeras pessoas conseguiram adquirir seu automóvel, como o financiamento estudantil que passaria a pagar depois de cinco anos que concluíssem o curso, dentre outros bens e serviços.

As inclusões ocorridas no mercados de consumo foram expostas sem controle e sem se atentar para a realidade do porvir dessas pessoas; notava-se que a preocupação nessa relação era com o presente dessas pessoas, o que importava era vê-las satisfeitas em possuir algo que representasse uma conquista. De início as ideias podem ter parecidas inclusivas e boas, porém, a inclusão na sociedade de consumo traz grandes implicações e desafios, sem dizer, as consequências são negativas e com várias frustrações.

Nas palavras anteriores foram citadas alguns bens possíveis de duração, mas com valores elevados e em um prazo longo estipulado para o pagamento com juros embutidos. Logo, as estratégias do capitalismo se dão no cerne mascarado e atrativo, quando são criadas atuais necessidades à população. Nesse sentido, apresentam-se os bens de consumo com obsolescência programada, que tem prazo praticamente marcado com hora para findar seus usos.

O capitalismo cria situações inovadoras, agora com mais sofisticações e inovações devido está amparado com as novas tecnologias. A sociedade de consumo sob a gerência do pensamento dominante atrelado ao Estado ditam as regras do jogo econômico, camuflam ideias, projetam sistemas de inclusões através do consumo, porém, para alcançar a “moda”, para ser “atualizado”, para ser “moderno” se faz necessário consumir.

Isto posto, cada vez que aumentam os consumos dos indivíduos, de forma crescente surgem as falsas ideias de inclusões, aliás, mais originam as necessidades, em que essas pessoas se engessam no dever de trabalhar ainda mais para adquirirem bens, que na maioria das vezes, resultam em superendividamento.

A servidão moderna é uma prática do sistema dominante, diversas explorações se encadeiam as órbitas de uma sociedade, que parece seguir um caminho traçado pelos donos do poder.

A possibilidade de inserção no mercado de consumo tem um preço alto. Os créditos facilitados não significam uma sociedade igualitária. Pois, os resultados na maior parcela



da população são negativos, os efeitos econômicos e sociais são variados do que aparentavam ser.

Com a alta do consumo, os recursos naturais são mais utilizados, a matéria prima mesmo sendo uma fonte para fabricações e para construções de tecnologias, os países que exploram, e não valorizam como deveria ser priorizado o meio ambiente. Nesse trabalho, são desmistificadas diversas explorações em relação aos seres humanos e à natureza. Logo, cada vez que aumenta o consumismo cresce a degradação ambiental.

A realidade da sociedade capitalista é em uma ótica global, com empregos de tecnologias, e a internet é uma ferramenta de apoio do mercado de consumo. A internet favorece o consumo, demonstra as facilidades de compra e de crédito, expõe muita informação que o indivíduo fica desinformado.

A perspectiva de desenvolvimento econômico, inserção social com a facilitação de crédito no futuro próximo começa ser cobrado. A internet ajuda na criação do consumo desmedido, posteriormente, contribui para os impactos avassaladores.

Amartya Sen aduz sobre o endividamento excessivo que está relacionado com a perda das capacidades do indivíduo “a privação relativa de rendas pode resultar em privação absoluta de capacidades”<sup>7</sup>.

O consumismo é um fenômeno mundial, entretanto, atinge mais de maneira negativa os países em desenvolvimento, especialmente, uma classe desprovida de conhecimentos e de oportunidades.

No tocante ao superendividamento, Cláudia Lima Marques menciona nos seus estudos e contribui com seu entendimento, aduz “a impossibilidade global de o devedor pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, pagar todas as suas dívidas atuais e futuras de consumos (excluídas dívidas de Fisco, oriundas de delitos e de alimentos)”<sup>8</sup>.

Para Zygmunt Bauman revela a relevância do consumo no aspecto que enseja a felicidade e a dignidade humana esses elementos atingem o topo de uma boa sensação, de acordo com os padrões da sociedade de consumo, em consumir em abundância. Nessa

<sup>7</sup> SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010, p. 122.

<sup>8</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul**. In: Cláudia Lima Marques, & Rosângela Lunardelli Cavallazzi., **Direito do Consumidor Endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 256.





emblemática, “Os que não podem agir em conformidade com os desejos induzidos dessa forma são diariamente regalados com o deslumbrante espetáculo dos que podem fazer”. Além disso, “o consumo abundante, é lhes dito e mostrado, é a marca do sucesso e a estrada que conduz diretamente ao aplauso público e à fama”<sup>9</sup>.

O indivíduo endividado submete-se a qualquer trabalho, se sujeita a trabalhar na economia informalmente para evitar a fiscalização da renda. Diante das dificuldades dos pagamentos das dívidas, o consumidor é exposto às humilhações e às discriminações constantes. E seu trabalho é explorado pelos que detém o poder, por um preço não justo e nem digno, conseqüentemente, os danos decorrentes dessas situações no futuro aparecerão de alguma maneira visível ou im perceptível.

Na sua posição, de Gilles Paisant, verifica na visão consumerista que “o superendividamento é fonte de isolamento, de marginalização; ele contribui para o aniquilamento social do indivíduo. Quanto mais este fenômeno aumenta, mais seu custo social se eleva e mais a necessidade de combatê-lo se impõe”<sup>10</sup>.

O superendividamento coloca o consumidor em uma situação degradante, ensejando em angústia existencial, como não consegue acompanhar as novas necessidades que são ofertadas na sociedade, ocorre sua exclusão social. A fragilidade emocional é outro fator, que toma conta do indivíduo gerando problemas de saúde, em algumas situações, causa até a morte, como exemplo, pode-se dizer o aumento de suicídios que ocorreram nos últimos anos na sociedade brasileira.

### 3 COMÉRCIO ELETRÔNICO E CONSUMISMO

O comércio eletrônico está sendo colocado em prática nos dias atuais, a cada dia conquista mais a confiança dos usuários, ganham mais adeptos, de modo conseqüente, ocasiona mais consumidores. No entanto, também esse instituto toma conta de um espaço significativo de diversas reclamações.

<sup>9</sup> BAUMAN, Zygmunt. *O mal estar na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998, p. 55.

<sup>10</sup> PAISANT, Gilles. *Prevenção e tratamento do superendividamento* - caderno de investigações científicas. Prefácio. In: Cláudia Lima Marques, Karen Danilevicz Bertonecello, & Clarissa Costa de Lima. Brasília: DPD/ SDE, 2010, p. 10.



O mercado eletrônico oferece muitas vantagens, mas esse novo mecanismo para ser usado é preciso disciplina, cautela, vigilância e policiamento no acesso dos sites de ofertas, e outros cuidados os cidadãos também devem se atentar.

Letícia Canut menciona que o comércio eletrônico é um atrativo muito procurado para essa atividade: “[...] o comércio tem sido a atividade mais atrativa e visada do ciberespaço e, assim, da internet. Isto se dá, principalmente, pelas expectativas de lucro que são criadas a seu respeito”<sup>11</sup>. Ademais, “além, é claro, do fato de apresentar-se como novo modo de contratação que fornece, diante de suas diversas novidades, vantagens tanto para o consumidor quanto para o fornecedor/comerciante”.

A indústria cultural tem investido na base da racionalidade técnica em seus aspectos ideológicos, para incluir o indivíduo no mundo idealizado com sensações agradáveis, tudo isso sob os paradigmas dos interesses do sistema. O indivíduo se envolve na cultura do consumismo, se impõe na ótica da mercadoria paradoxal.

O consumo excessivo faz com que o sujeito se endivide ao ponto de não poder mais consumir. Logo, o consumo era para atender uma necessidade, entretanto, depois do superendividamento não tem mais crédito para continuar consumindo, isso resulta em frustração.

Conforme Theodor Ludwig Wiesengrund Adorno e Max Horkheimer demonstra que a indústria da cultura faz com que determinadas pessoas aceitem passar por certas situações. Dessa forma, o sistema capitalista impede as conscientizações das pessoas para ensejarem na padronização social, com o propósito de atenderem aos interesses do mundo globalizado, o autor cita que “Hoje a indústria cultura assumiu a herança civilizatória da democracia de pioneiros e empresários, que tampouco desenvolvera uma fineza de sentido para os desvios espirituais. Todos são livres para dançar e para se divertir”<sup>12</sup>, da mesma maneira discute que, “desde a neutralização histórica da religião, são livres para entrar em qualquer uma das inúmeras seitas. Mas a liberdade de escolha da ideologia, que reflete sempre a coerção econômica, revela-se em todos os setores como a liberdade de escolher” o que corresponde o mesmo resultado.

<sup>11</sup> CANUT, Letícia. **Proteção do consumidor no comércio eletrônico: uma questão de inteligência coletiva que ultrapassa o direito tradicional**. Curitiba: Juruá, 2008, p. 133.

<sup>12</sup> ADORNO, Theodor Ludwig Wiesengrund; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985, p. 156.



O hiperconsumismo fortalece as grandes corporações que dominam o mercado, na maioria das vezes, está atrelada ao Estado. E a mídia com seu papel, demonstra ser uma poderosa ferramenta que implanta ideologia do pensamento dominante e que está ao serviço do mercado.

A mídia tem o poder de criar ideologias, de dominar os interesses das empresas e de massificar opiniões. A indústria midiática está ao serviço da classe dominante que financia seu trabalho nas construções e nas destruições de ideias, de personagens e de convicções.

O consumo estabelece e proporciona a necessidade de aderir às novas ideias; os bens de consumos se apresentam com inclusão no anseio social, na transferência de felicidade. Contudo, esse mundo simbólico quando é atingido, logo após, surgem outras ofertas, e este sujeito que se endividou no comércio, ainda não conseguiu pagar a totalidade do valor do bem que foi adquirido através de várias prestações. E nesse diapasão, os interesses do mercado vão se moldando na conjuntura de uma nova perspectiva de lucro.

Nesse panorama, a obsolescência programada aparece no tempo de duração dos bens, porém, a lógica do consumo ganha espaço, que o próprio indivíduo já não enxerga a mercadoria que adquiriu como eficiente e completo para atender sua pretensão.

Os bens de consumo na visão moderna, são realizados acerca das opiniões dos consumidores por meio das pesquisas diretas e indiretas. O mercado globalizado nas atuações das corporações investem cada vez mais em tecnologias, contratam novos serviços, estudam os desejos dos consumidores e tentam atender todas as classes sociais.

A atual sociedade para acompanhar as novidades do mercado, passou a se ocupar mais nas suas atividades, para “ganhar mais tempo”, mudou também os costumes da alimentação. As pessoas passaram procurar comidas prontas para poder alimentarem rapidamente, e “ganharem mais tempo”. Esse novo palco de atuação, as grandes redes de alimentações passaram se destacar nesse evento, ou melhor, foram apresentados ao novo momento os famosos *fast food*.

Nesse contexto, verifica o desencadear da má alimentação refletindo na obesidade e nos demais problemas de saúde, no entanto, essa é apenas uma breve explanação da estratégia do mundo globalizado frente ao capitalismo com variadas explorações. Todavia, as falácias e as armadilhas argumentativas e psicológicas conhecidas como estratégias do



capitalismo, vão além das incrementações das alienações e das explorações desmascaradas na sociedade por uma minoria, tudo isso faz parte do mundo globalizado que é capaz de fazer tudo que for necessário em prol do lucro para obtenção da dominação e do poder global.

## CONCLUSÃO

A Sociedade da informação traz inúmeras vantagens no que refere o acesso as novas tecnologias, principalmente, o uso do mecanismo essencial no cerne globalizado frente os interesses do sistema capitalista.

A presente temática abordada nessa pesquisa é de grande relevância no que tange as análises das relações dos institutos explorados, como: sistema capitalista, consumismo, superendividamento, comércio eletrônico, dentre outros.

O propósito desse trabalho foi discorrer acerca do fenômeno do superendividamento da coletividade brasileira e desmitificar as causas e os efeitos desse evento ligado ao instituto da obsolescência programada.

Dessa forma, foi atingido esse conteúdo, uma vez que foi pertinente levantar de quais maneiras e como surgiram as possibilidades da população brasileira ter acesso aos créditos ofertados para suprir uma falsa ideia de qualidade de vida e de desenvolvimento econômico do país.

Nesse sentido, foi discorrido acerca da internet como uma ferramenta que oferece ao indivíduo o acesso ao comércio eletrônico na utilização do consumo. Diante da falta de tempo, em razão das pessoas estarem cada vez mais com tarefas, desse modo, a internet cria algumas vantagens, porém, seu uso deve ser controlado e com limitação para não ensejar no superendividamento, causando ainda frustração.

As possibilidades de créditos foram facilitadas, mas as consequências não foram vantajosas para uma grande parcela da população que não se policiaram diante das ofertas e das estratégias do consumismo.

Assim, o superendividamento fez com que essas pessoas fossem submetidas à situações constrangedoras e desprezíveis, sendo a cada dia mais exploradas pelo sistema capitalista. O abalo psicológico, moral e emocional causado pelo superendividamento geram consequências danosas aos meios econômico, e o que é mais preocupante, também social.



Essa questão acima abordada, desencadeia sérios riscos na sociedade em virtude da desestruturação que afeta o indivíduo. Pois, o equilíbrio emocional que já não existe no sujeito ao ponto de recuperar o seu estado anterior.

Ademais, o consumismo gera uma falsa sensação de felicidade e de ideia de inclusão social, dessa maneira, os desejos das pessoas não são saciados, devido estarem sempre surgindo novas necessidades e bens. E a obsolescência programada é um mecanismo que ajuda o sistema inserir novos produtos, sendo utilizados com um prazo de durações dos bens, nessa ótica, faz com que alimentem outras necessidades.

Os prazos de durações que são estabelecidos e programados nos bens são de tal forma que, às vezes, as pessoas não terminaram por concluir os pagamentos das dívidas auferidas, e os bens que foram comprados já não servem mais para suas devidas utilizações.

Dessa maneira, nessa relação de consumo, os donos do poder quem sempre lucram e ganham vantagens no jogo globalizado do capitalismo, outrossim, a internet como manuseio da mídia também colabora com essa tamanha exploração e alienação na sociedade.

## REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor Ludwig Wiesengrund; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal estar na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

CANUT, Leticia. **Proteção do consumidor no comércio eletrônico: uma questão de inteligência coletiva que ultrapassa o direito tradicional**. Curitiba: Juruá, 2008.

LIMBERGER, Têmis. **O direito à intimidade na era da informática: a necessidade de proteção dos dados pessoais**. Porto Alegre: Livraria do advogado, 2007.

MARQUES, Cláudia Lima. **Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul**. In: Cláudia Lima Marques, & Rosângela Lunardelli Cavallazzi., **Direito do Consumidor Endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: UNESP, 1991.

MIGUEZ, Ramonet Ignacio. **Geopolítica do Caos**. Petrópolis- RJ. Vozes, 1998.



---

8 a 10 de novembro de 2017 - Santa Maria / RS

UFSM - Universidade Federal de Santa Maria

MORAN, Emílio Frederico. **Nós e a natureza:** uma introdução às relações homem-ambiente. São Paulo: Senac São Paulo, 2008.

OST, François. **A natureza à margem da lei:** a ecologia à prova do direito. Lisboa: Instituto Piaget, 1995, p. 32.

PAISANT, Gilles. **Prevenção e tratamento do superendividamento** - caderno de investigações científicas. Prefácio. In: Cláudia Lima Marques, Karen Danilevicz Bertencello, & Clarissa Costa de Lima. Brasília: DPD/ SDE, 2010.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade.** São Paulo: Companhia das Letras, 2010.