



**REFLEXOS DA DESPROTEÇÃO DO CONSUMIDOR PELA ADOÇÃO DE
MODELO ECONÔMICO BASEADO NO INCENTIVO AO CONSUMO***
*CONSUMER UNPROTECTED REFLECTIONS BY THE ADOPTION OF A ECONOMIC
MODEL BASED ON INCENTIVE CONSUPTION*

Antônio Carlos Efig

Doutor pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUCPR. Professor do Programa de Pós-Graduação em Direito da Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUCPR, Paraná (Brasil). E-mail: ace@eradv.com.br.

<http://lattes.cnpq.br/0310045675906800>

Juliano Scarpetta

Mestrando em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUCPR, Paraná (Brasil). E-mail: juliano@bh.adv.br.

<http://lattes.cnpq.br/6398146116514254>

Editora Científica:

Profa. Dra. Mariana Ribeiro Santiago

DOI – 10.5585/rtj.v4i3.234

Submissão: 11/08/2015

Aprovação: 20/12/2015

RESUMO

As políticas econômicas fundamentadas no incentivo ao consumo adotadas pelo Estado, principalmente na última década, geraram significativo impacto socioambiental em prejuízo e desproteção aos consumidores. Prezar pelo crescimento econômico sem considerar o desenvolvimento e o consumo sustentável provocou o aumento do endividamento das

* PIBIC 2003/2004 – Projeto de Pesquisa do Professor Orientador.

REFLEXOS DA DESPROTEÇÃO DO CONSUMIDOR PELA ADOÇÃO DE MODELO ECONÔMICO BASEADO NO INCENTIVO AO CONSUMO

famílias, dificuldade de mobilidade urbana, recordes de poluição e acidentes de trânsito, entre outros tantos problemas. Os programas de incentivo ao consumo trouxeram uma frustrada ideia de melhora social àquela população que décadas atrás não detinha o poder de aquisição de bens e serviços. Almejar o crescimento sem se atentar com o desenvolvimento socioambiental promove o ter, e deixa a construção do ser em segundo plano, e não se mostra o caminho mais adequado de condução das políticas públicas.

PALAVRAS-CHAVE: Políticas Públicas de Consumo; Impactos socioambientais; Desproteção e prejuízos aos consumidores.

ABSTRACT

The economic programs promoted by the Government, mainly in the last decade, by granting incentives for consumption and industrial production, caused significant environmental troubles to the consumers. Prioritizing economic growth regardless considering environmental development led to increased household indebtedness, urban mobility problems, pollution, traffic accidents and other impacts of mean importance. The programs and incentives to consumption sponsored by the Federal Government brought an unsuccessful idea of social improvement to that population which a decade ago had not the conditions to purchase goods and services. Aiming to growth with little regard to the development incentives leaves human development in the background, not presenting the most adequated way.

KEYWORDS: *Public Politics of Consumption; Environmental impact; Unprotection and damages to consumers.*

INTRODUÇÃO

Em razão do modo de vida contemporâneo, o consumo de bens e serviços é condição que acompanha a todos diuturnamente. O modelo econômico adotado pelo Estado elegeu fundamentalmente o consumo como mola propulsora da economia nacional, com seu enaltecimento como principal forma de manutenção e crescimento das riquezas do país, principalmente na última década. A aquisição de bens e serviços movimenta a economia, cria renda e oportunidades de empregos e oportuniza novas atividades mercantis.

Contudo, a promoção do crescimento desmedido do consumo sem prezar pelo desenvolvimento socioambiental é o cerne do estudo que tais políticas públicas geram à população. Seja qual for o caminho pretendido, há que se prezar pela manutenção dos princípios constitucionais de proteção ao meio ambiente e incentivo ao consumo de modo responsável e sustentável.

Parte da população assimilou uma falsa sensação de desenvolvimento socioeconômico avaliando isoladamente o aumento no poder de compra, do crédito e o conforto doméstico, como se absorvessem efetivas melhorias em suas vidas. Esta falsa ideia

REFLEXOS DA DESPROTEÇÃO DO CONSUMIDOR PELA ADOÇÃO DE MODELO ECONÔMICO BASEADO NO INCENTIVO AO CONSUMO

de satisfação pessoal ante a aquisição de bens gera riscos ainda maiores, pois os consumidores se tornam passivos e cada vez mais dependentes dos fornecedores e da cadeia produtiva. Os impactos socioambientais atingem patamares ainda mais altos.

“A partir de uma perspectiva econômica, o conceito de sustentabilidade precisa ser ampliado agora para incluir a nova ideia da ‘sustentabilidade forte’ – que se baseia no pressuposto de que há um estoque central de capital natural que não pode ser substituído e precisa, por conseguinte, ser mantido constante ao longo do tempo”.¹

Assim como o Estado não priorizou o desenvolvimento, muitos fornecedores também não o fizeram. Boa parcela dos fornecedores desconsidera o princípio constitucional do Solidarismo (art. 3º, I da CF/88), almejando irrestritamente o lucro e os resultados econômicos, potencializando os impactos aos consumidores.

A cada ano cresce o número de famílias endividadas, os acidentes de trânsito batem recordes, os congestionamentos chegam a dezenas de quilômetros nas grandes metrópoles, a poluição abala a saúde de todos, a qualidade dos produtos e serviços é relativizada, maximizando, assim, os riscos aos consumidores.

As políticas públicas fundamentadas no incentivo ao consumo, com facilidades ao crédito, redução de tributos, fomento ao setor industrial, acabam por gerar a manipulação dos consumidores e os impactos socioambientais já são sentidos por esta coletividade. Debater esta condição socioeconômica e seus efeitos, bem como os legítimos deveres do Estado, é o que se propõe com o presente estudo.

1. O CONSUMO COMO ELEMENTO SOCIAL

Depois da promulgação do Código de Defesa do Consumidor – CDC em 1990, diversos conceitos que antes eram de construção doutrinária e jurisprudencial, com base no Direito Civil, tomaram corpo e consolidaram-se especificamente no Direito do Consumidor. Definir as partes de uma relação (o consumidor e seus direitos, o fornecedor e seus deveres), entre outros tantos parâmetros, foram traçados pelo CDC.

Não há, entretanto, uma explanação direta pelo Código do termo consumo, ou da chamada relação de consumo. Tal supressão legal não traz qualquer prejuízo, ao contrário,

¹ Conforme apontado por Klaus Bosselmann, a respeito do Doc 9791 16 de abril de 2003, Relatório Environment and human rights, Cristina Agudo, Comitê sobre Meio Ambiente, Agricultura e Assuntos Locais e Regionais, disponível em <http://assembly.coe.int/Documents/WorkingDocs/doc03/EDOC9791.htm>, Memorando Explanatório, 1.2. BOSSELMANN, Klaus. **Direitos Humanos, Meio Ambiente e Sustentabilidade**. In: SARLET, Ingo Wolfgang (Organizador). Estado Socioambiental e Direitos Fundamentais. Porto Alegre. Livraria do Advogado Ltda. 2010. P.88.

REFLEXOS DA DESPROTEÇÃO DO CONSUMIDOR PELA ADOÇÃO DE MODELO ECONÔMICO BASEADO NO INCENTIVO AO CONSUMO

permite adaptar o disposto no CDC às constantes mutações sociais e econômicas, sempre com objetivo de ampliar a tutela ao consumidor e garantir sua proteção socioambiental, o qual encontra no CDC os elementos necessários para tal. Antonio Carlos Efiging acrescenta que:

Uma vez em vigor o CDC, com sua plena absorção pela sociedade brasileira, inclusive com sua eficácia garantida pelo Judiciário, estará sendo cumprida a reforma de mentalidade e atitude pretendidas pelo legislador que elaborou o Código de Defesa do Consumidor.²

As bases que instruíram o legislador a proteger as relações de consumo e a criação do CDC são fruto de décadas de construção e transformação social. No início do século passado o consumo no Brasil tinha o condão essencialmente voltado à subsistência da população, cabendo à mínima parcela da sociedade a aquisição de supérfluos e artigos voltados à satisfação pessoal e conforto. Afinal, o país havia recentemente cortado o cordão umbilical com Portugal iniciando sua trajetória republicana. O mercado ainda tomava forma.

Anos depois, com destaque ao período pós Segunda Guerra Mundial, solidifica-se a chamada “cultura de massa”, denominação dada ao comportamento social difundido essencialmente com o surgimento dos meios de comunicação de massa. A sociedade passa a consumir mercadorias padronizadas e predominantemente industrializadas, e o trabalhador passa também a ser um consumidor formador do elo de produção. Deve-se consumir para alimentar o sistema, e o trabalhador-consumidor inspira suas conquistas pessoais e as materializa usualmente com o consumo.

Com o crescimento populacional nas metrópoles, que gerava aumento de demanda e, portanto, uma possibilidade de aumento da oferta, a indústria em geral passou a querer produzir mais, para vender para mais pessoas (o que era e é legítimo). Passou-se então a pensar num modelo capaz de entregar, para um maior número de pessoas, mais produtos e mais serviços. Para isso, criou-se a chamada produção em série, a “standartização” da produção, a homogeneização da produção.³

Se antes o trabalho era voltado à produção agrícola e artesanal, a partir desta nova formatação social o foco do trabalho é o dinheiro, que por sua vez permite a subsistência por meio do consumo.

As famílias passaram a ser influenciadas por estratégias de *marketing* e receber cargas maciças de publicidade, voltadas à massificação do consumo. Os bens que até então sequer existiam, passaram a se tornar indispensáveis nas rotinas familiares e criaram um

² EFING, Antonio Carlos. *Fundamentos do direito das relações de consumo*. 3 ed. Curitiba: Juruá, 2012. p. 28.

³ NUNES, Luis Antonio Rizzato. *Curso de Direito do Consumidor*. 7 ed. São Paulo: Saraiva, 2012. p. 43.

REFLEXOS DA DESPROTEÇÃO DO CONSUMIDOR PELA ADOÇÃO DE MODELO ECONÔMICO BASEADO NO INCENTIVO AO CONSUMO

cenário direcionado ao desenvolvimento desse consumo. Tal avanço tecnológico trouxe facilidades, redução de esforços, aproximou as distâncias, criou sabores, materiais, aromas, os quais estão atrelados também ao comportamento e modelos sociais.

Assim, a função da publicidade não é mais a de apenas informar - embora mantenha-se a importância do papel informativo, pois “só um consumidor completamente informado pode bem exercer a liberdade volitiva, pressuposto do ato jurídico de consumo (o consumo consciente e refletido)”⁴ - o público, mas de orientar o consumo, estimular as necessidades e ampliar a demanda.⁵ Todavia, nem sempre o que se deseja é o que se necessita, e a vulnerabilidade do consumidor se torna latente ante o estímulo publicitário.

A par disso, e em razão das desigualdades na distribuição de renda no país, parte da sociedade associa a ideia de consumo ao consumismo fútil e desmedido. Fátima Portilho bem aborda esta condição atual:

O consumo se tornou uma atividade de lazer e completa, assim, o nível e o estilo de consumo se tornam a principal fonte de identidade cultural e de participação na vida coletiva, além de caminhos privilegiados para a análise e compreensão da sociedade contemporânea. Torna-se tão importante focalizar a proeminência da “cultura” de consumo e não simplesmente considerá-la um fenômeno derivado da produção.⁶

Desde que feito de modo planejado e consciente, o consumo deve ser visto como fenômeno natural e indissociável ao modo de vida contemporâneo. A busca pelo conforto e satisfação dos sentidos com o consumo de bens de qualidade, alimentos que tragam prazer, serviços que aproximem o mundo, pode também ser o anseio daquele que consome, e agregar tais vontades de modo pejorativo foge à realidade contemporânea.

Defender a liberdade de consumo não pode se confundir com a defesa ao consumismo descontrolado, quando o ato de aquisição passa a ser mais importante do que o efetivo uso do produto ou serviço. A aceitação do consumo de bens e serviços que propiciem conforto e facilidades sociais, ainda que por muitos considerados supérfluos, pode ser incorporada às formas modernas de condução da vida, desde que se respeitem valores ante a coletividade e o meio ambiente.

No atual cenário, deve-se associar o consumo não só a grifes, marcas e ostentação como forma de equiparação das classes. O consumo também propicia cultura, educação e

⁴ BIZAWU, Kiwonghi; LOPES, André Luiz. Manipulação Genética e Organismos Geneticamente Modificados à Luz do Direito do Consumidor. Revista Thesis Juris, v.3, n.1 p. 184. 2014. Disponível em: <http://www.revistartj.org.br/ojs/index.php/rtj/article/view/39/pdf>. Acesso em: 23/07/2015.

⁵ AMARAL JÚNIOR, Alberto do. *O princípio da vinculação da mensagem publicitária*. Revista de Direito do Consumidor n. 14. São Paulo, abr./jun./1995. p. 232.

⁶ PORTILHO, Fátima. *Sustentabilidade Ambiental, Consumo e Cidadania*. São Paulo: Cortez, 2005. pp. 27-28.

REFLEXOS DA DESPROTEÇÃO DO CONSUMIDOR PELA ADOÇÃO DE MODELO ECONÔMICO BASEADO NO INCENTIVO AO CONSUMO

alimento da alma. Este pensamento provavelmente já foi deturpado pelas técnicas de marketing, contudo o resultado do consumo nestes casos em particular não atrapalha, só auxilia.

Fica clarividente que o consumo é algo que acompanha a todos diuturnamente. A sociedade não pode confundi-lo com consumismo, porém também não pode subestimar seus efeitos, dadas as formatações modernas no modo de vida assumido. Viver para consumir ou consumir para viver, eis o equilíbrio que se busca, sempre associado ao consumo consciente e sustentável.

2. MODELO ECONÔMICO FUNDAMENTADO NO ESTÍMULO AO CONSUMO - INCENTIVOS AO MERCADO

O consumo passou a ser não somente a mola propulsora dos entes privados, mas também elemento base à busca de números e resultados econômicos pelo Estado. Adquirir bens e serviços movimentam a economia, cria renda e oportunidades de emprego e de empreender.

O “mercado” é um conceito abstrato que se refere aos arranjos feitos pelas pessoas para trocar bens e serviços umas com as outras em todos os aspectos da vida econômica.⁷ Os debates acerca da influência do Estado sobre o mercado são vastos e de opiniões divergentes acerca das causas e efeitos de um sobre o outro.

Aguinaldo Allemar assinala que a atuação do Estado no domínio econômico dá-se, principalmente, quando as relações sociais começam a se deteriorar, quando a responsabilidade ética e moral é insuficiente para promover o desenvolvimento social, à justa distribuição de riquezas.⁸

A intervenção econômica do Estado no mercado com a concessão de incentivos ao consumo e à produção industrial preza o movimento da economia em prejuízo a outros valores sociais. A promoção do crescimento sem necessariamente almejar o desenvolvimento é reflexo deste posicionamento do Estado. Que a atuação estatal trouxe resultados imediatos à economia nacional, não há que se negar, contudo, as consequências à sociedade e aos consumidores devem ser analisadas em longo prazo. Leia-se que o anseio da expressão “em longo prazo” pode já ter-se consumado, em razão dos reflexos socioambientais

⁷ MITCHELL, William C.; SIMMONS, Randy T. *Para além da política: mercados, bem-estar social e o fracasso da burocracia*. Rio de Janeiro: Topbooks, 2003. p. 35.

⁸ ALLEMAR, Aginaldo. *Tutela estatal & relação jurídica de consumo*. Curitiba: Juruá, 2003. p. 124.

REFLEXOS DA DESPROTEÇÃO DO CONSUMIDOR PELA ADOÇÃO DE MODELO ECONÔMICO BASEADO NO INCENTIVO AO CONSUMO

experimentados pelos consumidores na atualidade.

Com efeito, nas últimas duas décadas a sociedade brasileira passou a ser composta por um número consideravelmente maior de famílias na classe média. A denominação “nova classe média”, ou “nova classe C” é corriqueiramente utilizada em razão de mais da metade da população atender os requisitos sociais e financeiros próprios deste grupo social. Segundo informações divulgadas pela Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República⁹, 44,7 milhões de brasileiros ingressaram na nova classe média, que passou de 37,5% da população em 2003, para 56% em 2013, somando hoje mais de 112 milhões de brasileiros.

Mais da metade da população passou a ter acesso a bens e serviços que antes não possuía. Para esta classe, até então o desafio era a sobrevivência, e atualmente carregam o consumo como forma de propiciar dignidade e conforto às suas famílias. Seus ascendentes que viveram no período pós-guerra eram receosos em gastar seus rendimentos, dadas as incertezas que acompanhavam a sociedade. Do mesmo modo, a geração seguinte nasceu num período de transformação industrial e econômica, e administrou as crises econômicas dos anos 1980 e início dos anos 1990 as quais fadaram milhares de brasileiros à insolvência.

Hoje, os novos consumidores, principalmente os que adentraram em uma classe superior aos seus antecessores, almejam mais. Esta nova geração busca ter mais, saber mais e experimentar mais. As aquisições de bens e serviços têm este foco. Imóveis são vendidos em *stands* de supermercados, carros comercializados pela internet e viagens internacionais passam a ser possíveis e não mais sonho de poucos. Os cursos superiores também se banalizaram, e a estes o termo banal traz sim condão pejorativo. Não há preocupação em formar, mas sim de se prestar serviço como forma de consumo.

O incentivo à aquisição de bens (duráveis ou não), aos serviços tecnológicos, os quais se exemplifica pelos mais de 284 milhões de celulares habilitados até maio de 2015¹⁰ no país, e demais formas de consumo, são a mola propulsora da economia nacional. Este modelo econômico baseado no consumo tomou corpo no final dos anos 1990, e na última década foi enaltecido pelo Estado como principal forma de manutenção da economia. Reavaliar tais parâmetros mostra-se indispensável ante o cenário que se vive e àquele que se indubitavelmente se alcançará.

⁹ Brasil. Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República. *Estudo Social e renda: A classe média brasileira*. Brasília: nov. 2014. (http://www.sae.gov.br/wp-content/uploads/ebook_ClasseMedia1.pdf). Acesso em 16/07/2015.

¹⁰ ANATEL – Agência Nacional de telecomunicações. *Telefonia móvel - Acessos* – Maio de 2015. (http://www.anatel.gov.br/dados/index.php?option=com_content&view=article&id=270). Acesso em 16/07/2015.

REFLEXOS DA DESPROTEÇÃO DO CONSUMIDOR PELA ADOÇÃO DE MODELO ECONÔMICO BASEADO NO INCENTIVO AO CONSUMO

Porém, é importante destacar que a manutenção da economia baseada na expansão do consumo depende basicamente do processo de aceleração do próprio consumo, refletindo na trajetória das taxas de poupança, de crescimento do Produto Interno Bruto - PIB, das importações, entre outros.

Um dos fatores mais impactantes no incentivo ao consumo é o controle da inflação pela redução ou aumento dos juros pelo Banco Central, o que vai ao encontro (ou de encontro), dependendo da estratégia, com o crescimento baseado no consumo. Nunca se incentivou o crédito como nos últimos anos.

Desde 2006, foram quatro planos¹¹ de incentivos tributários ao consumo de automóveis, com as mais amplas facilidades ao crédito. As indústrias, digam-se, quase na totalidade multinacionais, saborearam um aumento expressivo nas vendas durante estes períodos de incentivos pelo Governo Federal, majorando seus resultados naqueles anos.

As motocicletas gozam de incentivos ainda mais sólidos com a concentração dos fabricantes no polo industrial da Zona Franca de Manaus. Os números cresceram de 83.458 motocicletas produzidas em 1993, ano anterior a vigência do Plano Real, para 1.517.662 em 2014¹².

Paralelamente, os projetos de modernização e melhoria nos transportes públicos se arrastam, forçando, muitas vezes a população a se superendividar na aquisição de veículo para sua locomoção. Como exemplo, o projeto do metrô de Salvador-BA que teve suas obras iniciadas em abril de 2000, com previsão de duração de aproximadamente três anos, até hoje não teve sua conclusão. Este lapso temporal não acompanha as necessidades da população e tal exemplo se repete por todas as regiões do país.

Em 2009 incentivos tributários foram concedidos às indústrias de eletrodomésticos e da chamada linha branca. A redução no preço dos produtos impulsionou a aquisição pelos consumidores. Em junho de 2013 mais um plano de incentivo foi criado pelo Governo Federal, desta vez concedendo crédito para o consumo destes produtos domésticos. O programa denominado Minha Casa Melhor concedeu crédito para aquisição, com vantagem de parcelamento e juros mensais menores daqueles praticados pelas instituições financeiras atuantes neste nicho de mercado.

Tendo de um lado a promoção pelo Estado do incentivo ao consumo e

¹¹ Brasil. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC - Secretaria do Desenvolvimento da Produção – SDP. *Instrumentos estabelecidos pelo governo federal para incentivo ao investimento produtivo*. Brasília: abr. 2012. p. 6.

¹² ABRACICLO – Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e Similares. *Dados do setor – Motocicletas* (www.abraciclo.com.br). Acesso em 16/07/2015.

REFLEXOS DA DESPROTEÇÃO DO CONSUMIDOR PELA ADOÇÃO DE MODELO ECONÔMICO BASEADO NO INCENTIVO AO CONSUMO

movimentação da economia, e de outro a desídia no desenvolvimento social deixando de oportunizar condições básicas à população, acaba-se por criar aos consumidores, além dos reflexos socioambientais, uma dependência ainda maior destes perante os fornecedores, principalmente de serviços.

Almejar o crescimento sem se ater com o desenvolvimento promove o ter, e deixa a construção do ser em segundo plano, não se mostrando o caminho mais adequado.

2.1. Crescimento *versus* Desenvolvimento

Não se pode pender ao argumento que os esforços do Estado nas últimas duas décadas foram exclusivamente na promoção do consumo como base à estabilidade econômica. Ajustes nas contas públicas, fortalecimento da moeda, controle das importações e exportações, entre outras medidas também impactaram nas estatísticas econômicas. Entretanto, há que se considerar que os incentivos concedidos ao consumo tiveram significativa influência no cenário nacional, não só na economia, mas nas questões socioambientais em prejuízo aos consumidores.

O consumo sustentável merece lugar de destaque nas políticas públicas. De acordo com o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), entende-se por “consumo sustentável”:

Fornecimento de serviços e produtos que atendam às necessidades básicas, proporcionando uma melhor qualidade de vida enquanto minimizam o uso dos recursos naturais e materiais tóxicos como também a produção de resíduos e a emissão de poluentes no ciclo de vida do serviço ou do produto, tendo em vista não colocar em risco as necessidades das futuras gerações¹³.

Crescimento ou desenvolvimento, e a importância de cada qual a curto, médio e longo prazo é matéria amplamente debatida, com argumentos favoráveis e contrários para ambos os lados. Seja qual for o caminho pretendido, há que se prezar pela manutenção dos princípios constitucionais de proteção ao meio ambiente e incentivo ao consumo de modo responsável e sustentável.

Primeiramente, importante se explorar os conceitos de crescimento e desenvolvimento para melhor entender os efeitos de cada qual no atual cenário. Conforme assenta Nali de Jesus de Souza, há duas correntes doutrinárias que explicam as diferenças

¹³ Brasil. Secretaria Nacional do Consumidor. Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor. Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor. *Consumo sustentável*; Patrícia Faga Iglecias Lemos [et al]; Brasília: 2013.

REFLEXOS DA DESPROTEÇÃO DO CONSUMIDOR PELA ADOÇÃO DE MODELO ECONÔMICO BASEADO NO INCENTIVO AO CONSUMO

entre crescimento e desenvolvimento. A primeira corrente trata os termos como sinônimos, expondo que:

Para os economistas que associam crescimento com desenvolvimento um país é subdesenvolvido porque cresce menos do que os desenvolvidos, embora possua recursos ociosos como terra e mão de obra. Ele não utiliza integralmente os fatores de produção que dispõe e, portanto, a economia expande-se abaixo de suas possibilidades.¹⁴

Em complemento, explica que a segunda corrente doutrinária, a qual defende, diferencia os conceitos, atribuindo ao desenvolvimento elementos mais complexos e amplos:

A segunda corrente encara o crescimento econômico como uma simples variação quantitativa do produto, enquanto o desenvolvimento envolve mudanças qualitativas no modo de vida das pessoas, das instituições e das estruturas produtivas. Nesse sentido, desenvolvimento caracteriza-se pela transformação de uma economia arcaica em uma economia moderna, juntamente com a melhora do nível de vida do conjunto da população.¹⁵

Eros Roberto Grau diferencia crescimento de desenvolvimento, trazendo que o segundo supõe dinâmicas mutações e importa em que se esteja a realizar, na sociedade por ela abrangida, um processo de mobilidade social contínuo e intermitente¹⁶.

Celso Furtado¹⁷ analisa a ideia de desenvolvimento de modo ainda mais criterioso. Para ele há pelo menos três dimensões a se considerar. A primeira do incremento da eficácia do sistema social de produção. A segunda da satisfação de necessidades elementares da população. E a terceira condiciona o desenvolvimento às percepções ideológicas do grupo social, condicionando a aplicação de uma política de desenvolvimento de acordo com suas aspirações e valores, pois aquilo que aspira um grupo social pode parecer para outro simples desperdício de recursos.

Ao encontro desta terceira condição de desenvolvimento trazida por Celso Furtado, parte da população atualmente assimila a falsa sensação de desenvolvimento socioeconômico avaliando isoladamente o aumento no poder de compra e conforto doméstico com uma melhoria socioeconômica. Assim, os programas e incentivos ao consumo patrocinados pelo Governo Federal trouxeram uma frustrada ideia de melhora social àquela população que não detinha o poder de aquisição de bens e serviços.

¹⁴ SOUZA, Nali de Jesus de. *Desenvolvimento Econômico*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1999. p. 20.

¹⁵ SOUZA, Nali de Jesus de. Op. Cit., p. 21.

¹⁶ GRAU, Eros Roberto. *Elementos de Direito Econômico*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1981. p. 7-10.

¹⁷ FURTADO, Celso. *Teoria e política do desenvolvimento econômico*. 5 ed. São Paulo: Editora Nacional. 1967. p. 113-117.

REFLEXOS DA DESPROTEÇÃO DO CONSUMIDOR PELA ADOÇÃO DE MODELO ECONÔMICO BASEADO NO INCENTIVO AO CONSUMO

Ainda que a Constituição tenha como princípio a promoção de um estado de bem estar, conforme disposto nos artigos 1º, 3º e 170, não se pode confundir o suposto conforto de guiar um veículo financiado num trânsito congestionado a ideia maior de se ter à disposição sistemas de transporte públicos eficientes, assim como nos países mais evoluídos. Eros Grau complementa que:

Assim, os programas de governo deste e daquele presidente da República é que devem ser adaptados à Constituição, e não o inverso, como se tem pretendido. A incompatibilidade entre qualquer deles e o modelo econômico por ela defendido consubstancia situação de inconstitucionalidade, institucional e/ou normativa.¹⁸

Portanto, o resultado imediato da atual forma de crescimento econômico cria situação conflitante com a política nacional de defesa do consumidor. De um lado há a indução ao consumo, e porque não dizer ao consumismo, e de outro o afrouxamento nas políticas públicas de controle e defesa do consumidor. O encontro de ambos acaba por ferir princípios constitucionais em prejuízo aos consumidores.

As estatísticas indicam o crescimento no endividamento da população, o analfabetismo funcional das novas gerações, os acidentes de trânsito com lesões, o caos na saúde pública, o aumento nos índices de poluição gerados substancialmente pelas indústrias e pelos veículos automotores, todos em razão do modelo econômico ora debatido.

Por tais razões, autores como Serge Latouche¹⁹, passaram a debater as políticas públicas do decrescimento, e não mais os parâmetros do crescimento, desenvolvimento e do subdesenvolvimento das nações. O decrescimento baseia-se na premissa de não haver crescimento infinito em razão dos recursos naturais serem finitos, e defende que os reflexos socioambientais já são suportados pela população, não podendo se considerar seus efeitos aceitáveis. Esta ideia é cada vez mais debatida, ainda que rechaçada pela atual maioria dominante, dependente do sistema tal qual se apresenta.

Nem tanto ao céu, nem tanto ao mar, o tão benquisto e almejado equilíbrio é o que se busca, ainda que utópico e passível de mutações constantes.

2.2. O papel do Estado, dos Fornecedores e o Solidarismo

A promoção de políticas de bem estar pretendidas pela Constituição não pode ser confundida com o acesso desmedido da população ao consumo, gerando a falsa e limitada sensação de conforto. Conforme abordado no tópico anterior, o Estado deve priorizar a busca

¹⁸ GRAU, Eros Roberto. *A ordem econômica na constituição de 1988*. 5 ed. São Paulo: Malheiros. 2000.

¹⁹ LATOUCHE, Serge. *Pequeno tratado do decrescimento sereno*. São Paulo: Martins Fontes. 2009.

REFLEXOS DA DESPROTEÇÃO DO CONSUMIDOR PELA ADOÇÃO DE MODELO ECONÔMICO BASEADO NO INCENTIVO AO CONSUMO

no desenvolvimento socioeconômico e não somente o crescimento estatístico da economia nacional.

Conjeturar que os planos de incentivos ao consumo mediante a concessão de benefícios fiscais e facilidades ao crédito são obra somente do Estado, sem a participação e incentivo dos entes privados, é conclusão de difícil assimilação. Sob a premissa de manutenção dos empregos diretos e indiretos gerados pelos setores beneficiados, as entidades de classe que representam os mais diversos tipos de fornecedores têm papel essencial no fomento deste modelo econômico de incentivos.

Montadoras de veículos se instalam nas mais diversas regiões do Brasil como promessa de salvar a realidade local. Na maioria dos casos são concedidos benefícios e isenções tributárias municipais e estaduais, e por vezes até o imóvel sede lhes é doado. Como consequência, os resultados financeiros estão entre os mais lucrativos no mundo e expressivos valores são remetidos às matrizes no exterior, valendo-se a montadora de condições a si favoráveis em comparação aos países mais desenvolvidos. Em contrapartida, os reflexos desta produção incentivada são sentidos pela população, em conflito aos princípios norteadores do Código de Defesa do Consumidor e da Constituição Federal.

Assim como o Estado não priorizou o desenvolvimento, muitos fornecedores também não o fizeram. O aumento no consumo gerou queda na qualidade e durabilidade dos produtos ao ponto de muitos bens duráveis não serem sequer passíveis de reparo. O lucro das corporações deve ficar em segundo plano, e os consumidores em primeiro lugar.

O crescimento populacional demanda produção cada vez maior de bens de consumo. Esta produção, por sua vez, vem se ramificando em setores produtivos, desde o produtor, passando pelo fabricante, o importador, o comerciante, até chegar no consumidor final. A possibilidade de inúmeras relações de consumo até que o produto ou serviço chegue às mãos do destinatário final, fato que anteriormente inexistia, dificulta sobremaneira o controle de qualidade, haja vista a dificuldade de ser encontrada a origem de eventual vício.²⁰

De igual forma se apresentam os prestadores de serviços, tais como telefonia, instituições financeiras, concessionárias de serviços públicos, os quais são líderes de reclamações em todos os órgãos de proteção e defesa dos consumidores. O descaso de muitos fornecedores passa a ser foco dos consumidores mais atentos, que se mobilizam e crescem a cada dia:

Na medida em que o consumo consciente passa a ser exercido, o consumidor, além

²⁰ EFING, Antônio Carlos. *Banco de dados e cadastro de consumidores*. São Paulo: RT, 2002. p.79.

REFLEXOS DA DESPROTEÇÃO DO CONSUMIDOR PELA ADOÇÃO DE MODELO ECONÔMICO BASEADO NO INCENTIVO AO CONSUMO

de efetivar seus direitos outorgados constitucionalmente, ainda melhora a qualidade dos produtos e serviços ofertados no mercado. Assim, os vários consumidores conscientes do impacto do seu consumo para o meio ambiente (e logicamente para sua vida e para a vida das futuras gerações) irão escolher fornecedores que possuam responsabilidade socioambiental, o que é necessário para atingir o almejado pelo art. 170 da Constituição Federal e Ordem Econômica.²¹

Boa parcela dos fornecedores desconsidera o princípio do Solidarismo, almejando irrestritamente o lucro e os resultados econômicos. Como sistema de ordenação social, o solidarismo²² se contrapõe às correntes unilaterais do individualismo e coletivismo, satisfazendo a dualidade da relação que medeia o indivíduo e a sociedade. O indivíduo se volta à comunidade (que outra coisa não é senão o conjunto dos mesmos indivíduos em seu estado de vinculação comunitária) a qual é ordenada aos indivíduos que lhe dão ser, nos quais e pelos quais exclusivamente existe.

O solidarismo deve ser interpretado de modo amplo, como uma concepção distinta do individualismo, não o confundindo com o socialismo, mas alargando a consciência de si às dimensões de uma consciência coletiva.

O direito acolhe o solidarismo como princípio na Constituição Federal de 1988 quando aduz em seu artigo 3.º, inciso I, que “Constituem objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil construir uma sociedade livre, justa e solidária”. O solidarismo passa de sistema de ordenação social, a princípio norteador do ordenamento jurídico.

Ainda que princípio basilar da Constituição Federal, sua aplicabilidade é suprimida pelos entes privados, diga-se com o aval do Estado, em favor do crescimento econômico, gerando impactos perversos e desmedidos aos consumidores. Ao se avaliar o resultado deste crescimento, o preço a ser pago gera uma conta difícil de ser quitada, salvo se em longo prazo e com alteração das prioridades eleitas pelo Estado, principalmente as da última década.

3. REFLEXOS SOCIOAMBIENTAIS, SAÚDE E MOBILIDADE

A manutenção dos números e resultados da economia nacional gera, por um lado, emprego, aumento no PIB e oportunidades negociais. Por outro, gera reflexos socioambientais em razão do consumo desmedido.

²¹ EFING, Antonio Carlos. *Fundamentos do direito das relações de consumo*. 3 ed. Curitiba: Juruá, 2012. p.125.

²² BREUNING, Neel, Walter Brugger, Editora Herder, *Dicionário de filosofia*, Tradução de Antônio Pinto de Carvalho, São Paulo: 1962.

REFLEXOS DA DESPROTEÇÃO DO CONSUMIDOR PELA ADOÇÃO DE MODELO ECONÔMICO BASEADO NO INCENTIVO AO CONSUMO

Segundo a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo – CNC²³, o percentual de famílias que relataram ter dívidas em cheque pré-datado, cartão de crédito, cheque especial, carnê de loja, empréstimo pessoal, prestação de carro e seguro alcançou 62,7% em fevereiro de 2014.

A proporção das famílias que se declararam muito endividadas ficou praticamente estável entre os meses de janeiro de 2014 e fevereiro de 2014, passando de 12,2% para 12,1% do total de famílias. Na comparação anual houve aumento nesse indicador. Ainda na comparação entre fevereiro de 2013 e fevereiro de 2014, a parcela que declarou estar mais ou menos endividada passou de 20,3% para 24,3%, e a parcela pouco endividada passou de 29,4% para 26,3% do total dos endividados. Segundo Cláudia Lima Marques, as formas agressivas de comércio e a facilidade ao crédito acabam por gerar ao consumidor o superendividamento:

A massificação do acesso ao crédito, que se observa nos últimos 5 anos – basta citar os novos 50 milhões de clientes bancários – a forte privatização dos serviços essenciais e públicos, agora acessíveis a todos, com qualquer orçamento, mas dentro das duras regras do mercado, a nova publicidade agressiva sobre crédito popular, a nova força dos meios de comunicação de massa e a tendência de abuso impensado do crédito facilitado e ilimitado no tempo e nos valores, inclusive com descontos em folha de pagamento e de aposentados, pode levar o consumidor e sua família a um estado de superendividamento.²⁴

Além do impacto direto à economia e desenvolvimento, o superendividamento também impõe grave abalo psíquico e sensação de aflição e derrota às famílias que enfrentam tal condição. A rotina de viver passa a ser de sobreviver, carecendo muitas vezes de apoio visando alterar esta situação:

Igualmente fundamental é se debruçar sobre o sofrimento psíquico dos sujeitos que se deparam com o superendividamento. Acredito que ele é diverso, mas não menos importante, para sujeitos de diferentes camadas e posições sociais. É pertinente supor que, para muitos, a situação de vulnerabilidade esteja mais presente – e demande mais a mobilização de redes de apoio social.²⁵

Outro nefasto impacto é sentido pelos consumidores na mobilidade urbana. O aumento no número de veículos em circulação sem planejamento e expansão no número de

²³ Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo – CNC. *Pesquisa Endividamento e Inadimplência do Consumidor*. Brasília: fev. 2014. (www.cnc.org.br)

²⁴ MARQUES, Cláudia Lima. *Direitos do Consumidor Endividado*. São Paulo: RT, 2006, p. 260.

²⁵ HENNIGEN, Inês. *Superendividamento dos consumidores: uma abordagem a partir da Psicologia Social*. Revista *Mal-estar e Subjetividade*. Fortaleza: dez de 2010. Volume X – nº 4. pp. 1.173-1.201.

REFLEXOS DA DESPROTEÇÃO DO CONSUMIDOR PELA ADOÇÃO DE MODELO ECONÔMICO BASEADO NO INCENTIVO AO CONSUMO

vias, gerou em proporções indesejáveis o crescimento no número de acidentes com danos corporais. De acordo com a Seguradora Líder²⁶, que administra seguros obrigatórios pagos pelos proprietários de veículos automotores no país, de janeiro a dezembro de 2013 as indenizações pagas pelo seguro DPVAT registraram crescimento de 25%, ante o mesmo período de 2012. Os casos de invalidez permanente representaram a maioria das indenizações pagas pelo Seguro DPVAT no período (70%), somando 444.206 casos.

Leia-se que quase meio milhão de pessoas tiveram invalidez total ou parcial permanente apenas no ano de 2013.

Da mesma forma são alarmantes os dados estatísticos sobre o aumento na poluição do ar no Brasil. O estudo²⁷ intitulado Estudo das Cidades da América Latina e Caribe 2012, divulgado pelo *Programa de las Naciones Unidas para los Asentamientos Humanos - ONU-Habitat*, alerta a má qualidade do ar nas grandes metrópoles e revela que o Brasil é o segundo maior poluidor da América Latina, sendo o México o líder neste malquisto *ranking*. Os dois países juntos respondem por mais da metade das emissões de poluentes latino-americanos. No Brasil cidades como São Paulo apresentam concentração de poluentes em patamares muito superiores ao recomendado pela Organização Mundial da Saúde, com 50 microgramas por m³, sendo o máximo de 20 microgramas por m³. Já em Fortaleza os números são ainda piores, com concentração de 80 microgramas por m³.

O equilíbrio entre a disposição de produtos e serviços à sociedade, muitos destes fundamentais à subsistência, e à indissociável necessidade de extrair recursos e criar impactos naturais para tal é o cerne do debate na atualidade. Acerca desta noção de desenvolvimento sustentável, bem destaca Bruno Miragem:

Não se desconhece que a atividade econômica implica, *per se*, impacto ambiental. Nem é possível pretender que por intermédio do direito se pretenda assegurar a oferta de produtos e serviços eliminando-se as consequências ambientais decorrentes de sua produção e, mesmo, do consumo. Contudo, deve-se reconhecer como integrante da noção de qualidade dos produtos e serviços o atendimento a normas ambientais que buscam controlar ou minimizar este impacto.²⁸

As estatísticas dos acidentes de trânsito e da poluição do ar, bem como suas consequências, contribuem em grande parcela para o colapso no sistema de saúde nacional,

²⁶ SEGURADORA LÍDER DPVAT – *Danos Pessoais Causados por Veículos Automotores de Via Terrestre*. Boletim Estatístico nº 4. Brasília: jan a dez de 2013 (www.seguradoralider.com.br). Acesso em 06/07/2014.

²⁷ ONU-HABITAT - Programa de las Naciones Unidas para los Asentamientos Humanos - *Estudo das Cidades da América Latina e Caribe 2012* (<http://www.onuhabitat.org>). Acesso em 05/07/2014.

²⁸ MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 5 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014, p. 108.

REFLEXOS DA DESPROTEÇÃO DO CONSUMIDOR PELA ADOÇÃO DE MODELO ECONÔMICO BASEADO NO INCENTIVO AO CONSUMO

conclusão alcançável a qualquer leigo ante os números apresentados. Não obstante a esta inegável consequência, também se pode citar o aumento do sedentarismo e da obesidade da população resultante da oferta de produtos essencialmente industrializados, a má qualidade dos produtos e serviços e a transferência de riscos aos seus usuários, a escassez de recursos naturais, entre outros reflexos experimentados pela coletividade de consumidores. Sobre este último ponto, Ângelo Boreggio Neto assevera que:

Desta forma, resta claro que a fúria consumerista não tem limites, quanto mais se tem mais se quer. Contudo, os recursos naturais para a exploração de matéria-prima são limitados e logo se esgotarão. Necessário se faz então a prática do consumo sustentável para a sobrevivência das gerações futuras.²⁹

As escolhas governamentais e legislativas, ainda que legais, porém nem sempre legítimas, ditaram o rumo econômico e construíram nas últimas duas décadas o cenário que atualmente se apresenta, carecendo de imediata alteração em seus princípios, conforme aborda Fátima Portilho:

Com relação à esfera da produção, os governos ainda têm um papel central através de uma agenda de regulação e intervenção, seja encorajando mudanças tecnológicas, fiscalizando as atividades produtivas e desenvolvendo novos instrumentos políticos para complementar as abordagens tradicionais de regulação.³⁰

A inexistência de políticas públicas que de fato alterem este cenário mantém o descrédito do Estado para o encaminhamento destes inquietantes e galgantes problemas socioambientais, com reflexos diretos nas relações de consumo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os silenciosos e paradoxalmente alarmantes dados socioambientais ora reunidos são postos em segundo plano pelo Estado. Os administradores públicos ostentam o suposto sucesso de sua gestão essencialmente nos resultados econômicos, transmitindo uma falsa ideia de evolução no modo de condução social, principalmente na última década. A utilização do consumo como principal meio de fomento da economia, transmitindo sensação de desenvolvimento àquela população recentemente dotada do poder de compra, aparenta calar e

²⁹ BOREGGIO NETO, Ângelo. *A educação para o consumo como instrumento da educação ambiental*. Revista Jurídica da Universidade de Cuiabá. Cuiabá, v.8, n.2, pp.45-56, jun. 2006.

³⁰ PORTILHO, Fátima. *Sustentabilidade Ambiental, Consumo e Cidadania*. São Paulo: Cortez, 2005. p. 183.

REFLEXOS DA DESPROTEÇÃO DO CONSUMIDOR PELA ADOÇÃO DE MODELO ECONÔMICO BASEADO NO INCENTIVO AO CONSUMO

afagar esta mesma população, ora maioria no país.

O preço de tamanha displicência, tanto pelos incentivos desmedidos vindos do Estado, quanto pela incondicional busca na obtenção de lucro pelos fornecedores, traz impactos socioambientais preocupantes, e o passivo gerado será de difícil reparação.

Grandes centros urbanos estão à beira do caos em sua mobilidade, e famílias vivem em desânimo e penúria pelo superendividamento. O país depara-se com determinados contrassensos sociais impensáveis em outras nações. De um lado há estádios de futebol com investimentos bilionários, de outro, escolas e hospitais sucateados. A frota de veículos foi consideravelmente renovada, mas os sistemas de transporte público estão abarrotados. Famílias têm televisores de 50 polegadas em casa, porém seus membros são muitas vezes analfabetos funcionais.

Necessário, pois, repensar o modelo econômico baseado no consumo, e firmar compromisso para as próximas décadas com investimentos maciços em educação ciência e tecnologia, respeitando o consumo consciente e sustentável.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRACICLO – Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e Similares. *Dados do setor – Motocicletas* (www.abraciclo.com.br). Acesso em 16/07/2015.

ALLEMAR, Agnaldo. *Tutela estatal & relação jurídica de consumo*. Curitiba: Juruá, 2003.

AMARAL JÚNIOR, Alberto do. *O princípio da vinculação da mensagem publicitária*. Revista de Direito do Consumidor n. 14. São Paulo, abr./jun./1995.

ANATEL – Agência Nacional de telecomunicações. *Telefonia móvel - Acessos* – Maio de 2015.

(http://www.anatel.gov.br/dados/index.php?option=com_content&view=article&id=270).

Acesso em 16/07/2015.

Brasil. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC - Secretaria do Desenvolvimento da Produção – SDP. *Instrumentos estabelecidos pelo governo federal para incentivo ao investimento produtivo*. Brasília: abr. 2012.

Brasil. Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República. *Estudo Social e renda: A classe média brasileira*. Brasília: nov. 2014. (http://www.sae.gov.br/wp-content/uploads/ebook_ClasseMedia1.pdf). Acesso em 16/07/2015

**REFLEXOS DA DESPROTEÇÃO DO CONSUMIDOR PELA ADOÇÃO DE MODELO ECONÔMICO
BASEADO NO INCENTIVO AO CONSUMO**

Brasil. Secretaria Nacional do Consumidor. Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor. Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor. *Consumo sustentável*; Patrícia Faga Iglecias Lemos [et al]; Brasília: 2013.

BOREGGIO NETO, Ângelo. *A educação para o consumo como instrumento da educação ambiental*. Revista Jurídica da Universidade de Cuiabá. Cuiabá, v.8, n.2, jun. 2006.

BREUNING, Neel, Walter Brugger, Editora Herder, *Dicionário de filosofia*, Tradução de Antônio Pinto de Carvalho, São Paulo: 1962.

Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo – CNC. *Pesquisa Endividamento e Inadimplência do Consumidor*. Brasília: fev. 2014. (www.cnc.org.br)

EFING, Antônio Carlos. *Banco de dados e cadastro de consumidores*. São Paulo: RT, 2002.

EFING, Antonio Carlos. *Fundamentos do direito das relações de consumo*. 3 ed. Curitiba: Juruá, 2012.

FURTADO, Celso. *Teoria e política do desenvolvimento econômico*. 5 ed. São Paulo: Editora Nacional. 1967.

GRAU, Eros Roberto. *A ordem econômica na constituição de 1988*. 5 ed. São Paulo: Malheiros. 2000.

GRAU, Eros Roberto. *Elementos de Direito Econômico*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1981.

HENNIGEN, Inês. *Superendividamento dos consumidores: uma abordagem a partir da Psicologia Social*. Revista Mal-estar e Subjetividade. Fortaleza: dez de 2010. Volume X – nº 4. pp. 1.173-1.201.

LATOCHE, Serge. *Pequeno tratado do decrescimento sereno*. São Paulo: Martins Fontes. 2009.

MARQUES, Claudia Lima. *Direitos do Consumidor Endividado*. São Paulo: RT, 2006.

MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 5 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014.

MITCHELL, William C.; SIMMONS, Randy T. *Para além da política: mercados, bem-estar social e o fracasso da burocracia*. Rio de Janeiro: Topbooks, 2003.

NUNES, Luis Antonio Rizzato. *Curso de Direito do Consumidor*. 7 ed. – São Paulo: Saraiva, 2012.

ONU-HABITAT - Programa de las Naciones Unidas para los Asentamientos Humanos - *Estudo das Cidades da América Latina e Caribe 2012* (<http://www.onuhabitat.org>). Acesso em 05/07/2014.

PORTILHO, Fátima. *Sustentabilidade Ambiental, Consumo e Cidadania*. São Paulo: Cortez, Revista *Thesis Juris* – RTJ, São Paulo, V. 4, N.3, pp. 469-487, Set.-Dez. 2015.

**REFLEXOS DA DESPROTEÇÃO DO CONSUMIDOR PELA ADOÇÃO DE MODELO ECONÔMICO
BASEADO NO INCENTIVO AO CONSUMO**

2005.

SEGURADORA LÍDER DPVAT – *Danos Pessoais Causados por Veículos Automotores de Via Terrestre. Boletim Estatístico nº 4*. Brasília: jan a dez de 2013 (www.seguradoralider.com.br). Acesso em 06/07/2014.

SOUZA, Nali de Jesus de. *Desenvolvimento Econômico*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1999.