



Tecnologia e Sociedade

ISSN: 1809-0044

revistappgte@gmail.com

Universidade Tecnológica Federal do
Paraná
Brasil

Pedrosa, José Geraldo; Vasconcelos Lima Pereira, Fábio
A Obsolescência Planejada e a Influência do Modo de Vida Americano Baseado na
Superprodução e no Desperdício: a atualidade da obra sexagenária de Vance Packard
Tecnologia e Sociedade, vol. 9, núm. 18, 2013
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Curitiba, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=496650340018>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica
Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

A Obsolescência Planejada e a Influência do Modo de Vida Americano Baseado na Superprodução e no Desperdício: a atualidade da obra sexagenária de Vance Packard¹

The Planned Obsolescence and the Influence of the American Way of Life Based on Overproduction and Waste: the present of Vance Packard's sixties work

José Geraldo Pedrosa²
Fábio Vasconcelos Lima Pereira³

RESUMO

O propósito, neste artigo, é refletir sobre o americanismo, os impactos e a influência da produtividade da indústria americana, os meios de persuasão de massas e a deterioração dos princípios sociais, centrado nos conceitos de obsolescência planejada, consumismo, consumerismo e consequências ambientais dessa superprodução. Para tal, esse artigo tomou como obra básica de pesquisa o livro de Vance Packard, publicado em 1960, cujo título é *Estratégia do desperdício*. A abordagem realizada é fruto do Programa de Pesquisas *Americanismo, Trabalho e Educação*, inserido no Mestrado em Educação Tecnológica do CEFET-MG. Um dos focos desse Programa é a identificação e o estudo de autores que escreveram sobre a condição americana e o americanismo desde o século XIX. Vance Packard (1914-1996) projetou-se como um crítico social ao abordar questões como a ética no uso de técnicas de pesquisa de comportamento dos consumidores. O propósito do artigo não é realizar comparações entre diversas culturas ou estabelecer quais poderiam ser os melhores caminhos sustentáveis para o desenvolvimento econômico e social, ainda que essa discussão esteja em voga. O que se busca são referências trazidas por Packard (1960) para se pensar a degradação da cultura americana em função da superprodução regulada pela obsolescência planejada, entendendo o americanismo como ciclo civilizatório e sua influência em outras nações. Nesse sentido, Packard (1960) fez indagações sobre o dilema do desenvolvimento da sociedade vivendo na superabundância, as estratégias do jogo de persuasão das massas e a preocupação com os recursos naturais e o meio ambiente.

Palavras chaves: Obsolescência planejada. Americanismo. Consumo.

ABSTRACT

The purpose in this article is to reflect on Americanism, impact and influence the productivity of American industry, the means of mass persuasion and the deterioration of social principles, focusing on the concepts of planned obsolescence, consumerism, consumerism and environmental consequences of that overproduction. Thereby, this article took as basic work of researched Vance Packard's book, published in 1960, entitled *Strategy of waste*. The approach realized here is the result of Research Program: *Americanism, Work and Education*, inserted in the Masters in Education Technology CEFET-MG. One focus of this program is the identification and study of authors who wrote about the American condition and Americanism since the nineteenth century. Vance Packard (1914-1996) was designed as a social critic to address issues such as ethics in the use of research techniques in consumer behavior. The purpose of the article is not to make comparisons between different cultures or establish what could be the best way for sustainable economic and social development, this discussion is still in vogue. What is sought are references brought by Packard (1960) to think about the degradation of American culture due to the overproduction regulated by planned obsolescence, understanding Americanism as a cycle of civilization and its influence on other nations. Accordingly, Packard (1960) made inquiries about the dilemma of the development of society living in superabundance, the strategies of the game to masses' persuasion and concern for natural resources and environment.

Keywords: Planned obsolescenc. Americanism. Consumption.

¹ Trabalho apresentado no dia 16 de outubro de 2013, no Grupo de Trabalho 18 – Educação para o desenvolvimento sustentável.

² Pós-doutor em Educação pelo Instituto de Geociências da UFMG; Doutorado em Educação: história, política, sociedade pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo; Mestrado em Educação pela Universidade Federal de Minas Gerais; Graduação em Ciências Sociais pela Universidade do Estado de Minas Gerais. Professor do ensino superior do CEFETMG, onde atua no Mestrado em Educação Tecnológica. E-mail: jgpedrosa@uol.com.br

³ Aluno regular do Mestrado em Educação Tecnológica pelo CEFETMG; Especialização em Administração Pública e Gestão Urbana pela PUCMinas; Graduação em Administração de Empresas pela UNA. E-mail: fabiovascon@hotmail.com

INTRODUÇÃO E ALGUMAS ANTECIPAÇÕES

Desde a segunda metade do século XX têm sido testemunhadas intensas mudanças nos processos produtivos e nas formas de consumo, afetando ambientes naturais e culturais, com inúmeras implicações sociais. É na compreensão de complexas e imbricadas transformações sociotécnicas, materiais e ambientais que a obra de Vance Packard propõe uma reflexão sobre a temática ciência, tecnologia e cultura, fundamentada na propagação do *american way of life* sustentado no consumismo, no desperdício e na degradação do meio ambiente. É nesse contexto que este artigo tomou como obra básica de pesquisa o livro de Vance Packard, publicado em 1960, cujo título é *Estratégia do desperdício*.

Vance Packard (1914-1996), jornalista, escritor e crítico social, trabalhou em diversos jornais e revistas dos Estados Unidos da América. Packard escreveu doze livros, no período de 1946 a 1989, onde abordou questão como ética do uso de técnicas de pesquisa de comportamento dos consumidores pela indústria da propaganda. Abordagens como essa o projetou como um crítico social no cenário nacional norte-americano.

O forte ritmo de inovação, demandada pela necessidade dos processos produtivos, antepõe preocupações e interrogações quanto aos seus efeitos na vida contemporânea e na rearticulação de experiências sociais. As mudanças de padrões sociais em função da promoção do consumismo constituem uma das preocupações centrais de Packard (1960). Essa perspectiva sobre tais mudanças, como degradação dos valores sociais em detrimento da produção do conhecimento e a supressão das diferenças regionais em detrimento da manutenção do sistema produtivo, potencializam os riscos das inovações tecnológicas que refletem na economia, na cultura e no ambiente sociopolítico (PACKARD, 1960). Minorando-se tais riscos torna-se possível aproveitar as inovações tecnológicas como ferramentas para melhorar a sociedade, entendendo inovação sustentável não somente em seu sentido ecológico, mas também como preservação de aspectos sociais, culturais e econômicos da sociedade (CÔRTEZ, SILVESTRE, CARVALHO, 2011).

Reflexões sobre ética, valores sociais e desenvolvimento científico e tecnológico também estão presentes no livro de Packard (1960) quando ele

manifesta sua preocupação com os sistemáticos esforços que têm sido feitos “para encorajar os cidadãos a tornarem-se mais descuidados e extravagantes com os recursos [naturais]” (PACKARD, 1960, p. 7). Embora o livro de Packard (1960) faça referências ao modelo cultural americano, suas reflexões são relevantes a todos os países que sofrem direta ou indiretamente a influência da massificação da cultura americana. Essa incorporação da cultura tecnológica traz consequências nas interações sociais ao planificar as diferenças, ao uniformizar as personalidades e obscurecer as consciências.

Segundo Packard (1960), na década de 1950, a pressa do sistema produtivo impossibilitava sistematicamente o desenvolvimento de melhoramentos significativos nos produtos existentes. Já naquela época, as modernizações frequentemente se limitavam a “alterações e melhoramentos superficiais que pudessem ser aproveitados como sugestões de venda pelos redatores de publicidade” (PACKARD, 1960, p. 12). Essas inovações relativas proporcionam pensar no grande volume de recursos destinados a gerar produtos, processos e serviços inovadores, possibilita questionar os diferentes aspectos e abordagens que impactam a gestão da inovação nas organizações com foco em sustentabilidade (CÔRTES, SILVESTRE, CARVALHO, 2011). Nesse sentido, o questionamento predominante nos dias de hoje é: como inovar permanentemente por meio de processos bem sistematizados e, ao mesmo tempo, incorporar as questões de sustentabilidade? Entretanto, trazer esse questionamento para as reflexões propostas por Packard (1960), permite levantar as seguintes proposições: A sociedade realmente demanda todos os produtos dessa superprodução? Quais inovações são verdadeiramente significativas? A produção de quais bens de consumo justifica a degradação do meio ambiente?

O discurso comum hoje é sobre o desafio de desenvolver produtos e processos ambientalmente corretos e que levem em conta aspectos como reciclagem e maximização do uso de materiais. Ou seja, mais produtos com menos recursos naturais (FACO, TARALLI, 2011). Essa premissa corrobora as considerações de Packard (1960) quando ele faz referências aos pronunciamentos de diretores, consumidores e publicitários, com declarações referentes ao sistema produtivo baseado no consumismo exacerbado, à deterioração da cultura americana

e às estratégias de persuasão, cujos objetivos são promover o consumismo e o desperdício.

De acordo com o livro de Packard (1960), a crescente necessidade de se acelerar o fluxo de consumo (produzir, vender/comprar, descartar), estava se tornando um problema também para os agentes de publicidade na primeira metade do século XX. A fim de sustentar uma economia enormemente produtiva, especialistas elaboraram estratégias “[...] que transformassem grande número de americanos em consumidores vorazes, esbanjadores, compulsivos [...]” (PACKARD, 1960, p. 24). Nessa concepção, especialistas direcionaram os seus esforços a incitar uma mentalidade de consumo incorporada ao modo de vida americano, transformando a “[...] compra e uso de mercadorias em rituais, que procuremos nossas satisfações espirituais, as satisfações de nosso ego no consumo [...]” (PACKARD, 1960, p. 23). Desse modo, para atender a esse fluxo de consumo/desperdício, são apresentadas na obra, estratégias de *obsolescência planejada* que por décadas influenciaram a cultura americana e, por um desdobramento de influência, o mundo globalizado. Essa influência americanizadora sobre outras nações é citada e há algumas considerações sobre a vazão e descarte de produção, mas esse não é o objetivo principal da obra de Packard. Esse marco civilizatório, conceituado como americanismo, segundo Pedrosa (2010), é

[...] uma noção multifacetada. [...] Aléxis de TOCQUEVILLE (2005) é o primeiro, já por volta de 1830, a elaborar uma perspectiva de declínio do europeísmo e de emergência de um novo mundo em terras do além mar, nos EUA. Max WEBER (1992) também percebera já no final do século XIX as diferenças culturais entre a Europa e os EUA e as vantagens, na terra de Benjamin Franklin, para a expansão da ciência e do capital. Mas Tocqueville e Weber não usaram o termo americanismo em suas abordagens. [...] Quem usou pela primeira vez o termo americanismo para referir-se ao ethos ou ao caráter estadunidense foi o Vaticano, na passagem do século XIX para o XX. Na linguagem da Igreja Católica o termo designava o modo particular de existência do catolicismo dos EUA. Na filosofia social o termo americanismo foi cravado por GRAMSCI (2001), nas décadas de 1920 e 30, para identificar o novo homem que estava sendo criado pela simbiose americanismo-fordismo (PEDROSA, 2011, p. 2-3).

Para Lobato (1950) o americanismo é a sociedade-máquina, que funciona como uma grande engrenagem social que planifica a resignação. Desse modo a maquinização equivale à colmeização da sociedade e inviabiliza a independência do indivíduo, inibindo o exercício de autoconhecimento e exercício da alteridade (LOBATO, 1950). Maquinização é equivalente à padronização: “Cada novo invento

significa passo à frente para a vida agregada, para a uniformidade, para o padrão. A tendência é fortificar os grupos, fundi-los em grupos sempre maiores, integrar o indivíduo (sic) na massa [...]. Criar, em suma, o homem-abelha” (LOBATO, 1950, p. 259). O raciocínio de Lobato parece encaminhar-se para a plena indignação com essa falta de vida individual, mas não é isso que ocorre: Lobato era americáfilo e difusor da americanidade no Brasil.

Diversos exemplos de estratégias são apresentados por Packard (1960). Em todas há relações com elementos emocionais, instintivos, psicológicos e pseudorracionais para justificar o consumismo e suprimir o consumerismo⁴. Nessa lógica de persuasão, a

[...] segmentação através de gênero, idade, grau de instrução, poder aquisitivo, grau de escolaridade, ou seja, através de características comuns de grupos com algum tipo de afinidade ou padrão são insuficientes, pois para configurar a imagem simbólica do produto, é necessário incorporar valores culturais, estilo de vida, conectando-se também determinadas características sensíveis e emocionais do consumidor (COSTA, 2011, p. 4).

Sistematicamente bombardeado pela mídia, o consumidor é convencido a comprar pelos mais efêmeros motivos. Pretextos irrelevantes como cores, acabamentos inexpressivos ou aprimoramentos insignificantes bastam para justificar a irracionalidade de se descartar o bem já adquirido por outro que serve para os mesmos fins. Consequentemente, essa compreensão distorcida do conceito de *artigos duráveis* gera um substancial custo ambiental.

Diferentemente ou contrariamente o senso comum, avanço tecnocientífico não é sinônimo de redução das desigualdades sociais. Tais avanços também podem ser devastadores para culturas regionais ou para o meio ambiente. Segundo Quaresma (2011), tal ideologia baseia-se no discurso tecnocientífico que,

[...] seja o do próprio objeto técnico, seja o de seus fomentadores e entusiastas – é sempre otimista, idealizado e tendencioso. Otimista porque sempre prevê o futuro de maneira predominantemente boa com a aplicação das tecnologias; idealizado porque pressupõe um progresso indiscriminado, ordenado, linear e crescente para toda a humanidade com a aplicação dessas mesmas tecnologias; e tendencioso porque acredita possuir a verdade absoluta do desenvolvimento humano, e a partir dessa verdade tenta guiar os rumos da própria história segundo sua lógica prepotente e mercantilista que nunca contempla os aspectos sociais, humanos e ambientais. (QUARESMA, 2011, p. 6)

⁴ O termo consumerismo designa um tipo de atitude oposta ao consumismo e caracteriza-se por um consumo racional, controlado e responsável. Nesse aspecto, as consequências econômicas, sociais, culturais e ambientais do próprio ato de consumir estão em primeiro plano.

1 OBSOLESCÊNCIA PLANEJADA

Para qualificar a expressão *obsolescência planejada*, Packard (1960) apresenta três modos diferentes de obsolescência. A primeira é a *obsolescência de função*, ou seja, “um produto existente toma-se antiquado quando é introduzido um produto que executa melhor a função” (PACKARD, 1960, p. 51). A segunda é a *obsolescência de qualidade*, onde “um produto quebra-se ou gasta-se em determinado tempo, geralmente não muito longo” (PACKARD, 1960, p. 51). E, finalmente, a *obsolescência de desejabilidade*, ocorre quando “um produto que ainda está sólido, em termos de qualidade ou performance, torna-se ‘gasto’ em nossa mente porque um aprimoramento de estilo ou outra modificação faz com que fique menos desejável” (PACKARD, 1960, p. 51).

Não considerando os obscuros movimentos de manipulação, o primeiro tipo de obsolescência, a funcional, é a mais próxima dos princípios de sustentabilidade, considerando que nessa lógica o produto não é criado com defeitos congênitos, aumentando assim a vida útil e a redução do descarte e da supergeração de lixo em função da substituição precoce. Esse tipo de obsolescência ocorre quando há a introdução de um produto genuinamente aperfeiçoado. Essa obscuridade consiste na *obsolescência artificial* que se fundamenta na consideração de que toda mudança ajuda a criar obsolescência. Nesse fluxo, cria-se uma *obsolescência dinâmica* com frequentes modificações meramente visíveis, pois a variedade e a mudança aceleram a obsolescência. O livro de Packard (1960) centra-se em analisar a criação da *obsolescência de qualidade* e de *desejabilidade* como estratégias para a manutenção do sistema capitalista (PACKARD, 1960).

Embora o livro *Estratégia do desperdício* tenha sido publicado pela primeira vez em 1960, em suas pesquisas, Packard (1960) identificou a manipulação da obsolescência por qualidade desde a década de 1920. A *obsolescência congênita*, proveniente do rebaixamento oculto dos padrões de qualidade, foi uma estratégia para aumento de vendas desde aquela época. Esse tipo de obsolescência foi a mais discutido por Packard (1960), pois muitos dos rebaixamentos de qualidade não são percebidos e, as agências reguladoras, que deveriam proteger o consumidor, estão mais interessadas em preservar o *equilíbrio* de mercado em favor das grandes

corporações. Segundo Packard (1960), esse *empobrecimento estrutural* de um produto é proveniente do esforço de encurtar a vida útil e, conseqüentemente, levar o proprietário/consumidor mais rapidamente ao mercado à procura de substituições. Sobre essa lógica, desenvolvem-se peças destinadas a um desgaste controlável e imperceptível ao consumidor.

Com a *obsolescência congênita* os fabricantes ganham mais nas vendas, disponibilizando produtos com uma vida útil intencionalmente controlada, e ganham na assistência técnica, vendendo serviço e peças de substituição. Nessa concepção, quanto mais acessórios são adicionados aos produtos, mais acessórios poderão apresentar defeitos. Desse modo, há maiores lucros de vendas por quantidade e maiores lucros de manutenção (PACKARD, 1960).

A *obsolescência de desejabilidade* ou *obsolescência psicológica* consiste em gastar o produto na mente do proprietário. Assim, o proprietário/consumidor é induzindo a desejar um produto novo, mesmo que o produto que já possua esteja em perfeitas condições de uso ou atenda perfeitamente bem os fins a que se destina. Desse modo, o estilo passou a ser cultuado como um importante elemento na desejabilidade de produto. Segundo Packard (1960), “uma vez aceita essa premissa, é possível criar a obsolescência na mente [do consumidor] simplesmente mudando-se para outro estilo” (PACKARD, 1960, p. 64). Nessa linha de raciocínio, a *obsolescência psicológica* induz o consumidor a se preocupar mais com as aparentes modificações do que com as benfeitorias substancialmente efetivas. Segundo Louis Cheskin, um cientista social citado na obra de Packard, essa *obsolescência por desejabilidade* é um sintoma da degradação da cultura americana, com proporções nacionais, indistintamente de classe social e está “relacionada com a prevalência de tédio, falta de autoexpressão, ausência de comunicação livre e realmente amistosa entre vizinhos e amigos, e uma falta geral de valores racionais” (PACKARD, 1960, p. 71). Esse sentido de *obsolescência por desejabilidade* está relacionado à necessidade de reconhecimento social e valores sociais distorcidos.

O sistema de endividamento, segundo Packard (1960), transformou-se em uma estratégia viável tão logo foi percebido um decréscimo nas vendas em razão do aumento geral de abundância dos bens adquiridos. Para promover essa ideologia,

foi iniciado um trabalho de convencimento massificado, explorando a estratégia de venda a crédito como uma das grandes forças renovadoras da economia americana. Essa empreitada deu novo fôlego ao consumismo e ao desperdício, fazendo o consumidor acreditar que “pedir empréstimo não era vergonhoso e sim um passo de quem olha para frente” (PACKARD, 1960, p. 139). “[...] viver em dívida passou a ser glorificado não apenas como divertido, mas também como patriótico” (PACKARD, 1960, p. 147-148). Consequentemente, durante a década de 1950, “a dívida de consumidores aumentou três vezes mais depressa que a renda pessoal” (PACKARD, 1960, p. 140).

2 O MEIO AMBIENTE, A OPULÊNCIA E A ACULTURAÇÃO

O processo de *deterioração* da cultura americana foi desenvolvido de modo a “despertar um amor pelos bens materiais e um entusiasmo pela procura dos prazeres momentâneos” (PACKARD, 1960, p. 151), tornando os americanos mais impulsivos em seus hábitos de compra. O potencial produtivo, a convulsão das guerras e a incerteza da vida numa era atômica também são fatores que substancialmente contribuíram para criar o espírito de viver o momento e o hedonismo. “Houve uma mudança da filosofia de segurança e poupança para uma filosofia de gasto e satisfação imediata [...] uma tendência a identificar o padrão de vida com a posse de bens materiais [...]” (PACKARD, 1960, p. 160). Esse reconhecimento social, em função dos bens materiais, corrobora as ideias de Bauman (2008, *apud* ZANIN, 2011) ao considerar que,

[...] a sociedade em que vivemos é pautada pelo consumo, de forma que as pessoas são aceitas ou excluídas da sociedade com base em sua capacidade para consumir, o que auxilia a perpetuar situações de exclusão e pobreza. Para este autor, o sistema funciona na base da insatisfação dos desejos criados, e não de sua satisfação, para que as pessoas se mantenham ávidas por consumir produtos associados a status, felicidade e sucesso (ZANIN, 2011, p. 4).

Segundo Packard (1960), a opulência fez dos americanos otimistas crônicos. Tal mentalidade tornou-se uma ameaça para o meio ambiente. O livro *Estratégia do desperdício* denuncia que os índices geometricamente crescentes de contaminação já era uma preocupação na década de 1950. Nesse contexto, Packard (1960)

declara que a degradação do meio ambiente e o esgotamento dos recursos naturais é um dos principais motivos que fez com que os Estados Unidos se tornassem dependentes das riquezas naturais de outras nações. O interesse dos Estados Unidos por outras nações fundamenta-se na exploração dos recursos naturais e, simultaneamente, no escoamento de suas produções. Influenciados pelo cinema, pelo turismo e pelos anúncios americanos, nações ansiosas por industrializarem-se, tornam-se alvos fáceis para consumir os descartes das indústrias americanas (PACKARD, 1960). O modo de vida americano e o seu modelo de sistema capitalista é desejado por diversos países do mundo (FACO, TARALLI, 2011). Desse modo, a cultura do consumismo envolve a padronização dos produtos e a uniformização das necessidades e desejos. Nesse fluxo, a oferta precede a percepção da necessidade e desejo de consumidores que adquirem coisas apenas por extensão da sensação (COSTA, 2011).

Diante de todas as numerosas, sutis e hábeis técnicas de persuasão desenvolvidas para encorajar os americanos a serem consumidores mais entusiásticos, Packard (1960) apresenta os seguintes questionamentos acerca dos impactos e das consequências produzidas no caráter da sociedade:

Que efeito exercem sobre o espírito humano todas essas pressões para consumir? Que resultados já estão começando a aparecer como consequência de todos os esforços no sentido de tornar os americanos mais hedonistas? Que está fazendo aos padrões americanos de hábito a simples existência de abundância material cada vez maior? (PACKARD, 1960, p. 220)

Avançando em suas reflexões, Packard (1960) descreve sua preocupação em relação às consequências sociais produzidas em nível mais profundo do que os meros hábitos de consumo. Não são poucos os conflitos de valores produzidos em alguém motivado a gastar mais do que sua renda, a contribuir com a degradação do meio ambiente jogando fora bens ainda aproveitáveis ou a preocupar-se com o reconhecimento social autoafirmando-se por meio dos bens que possui. Esse sentimento de culpa e contínua incompletude demanda cada vez mais energia para se desviar a atenção de um remorso por excessos. Incapaz de justificar esse sentimento de incompletude, o próprio sistema funda-se em um pseudossistema de moralidade que justifica tais hábitos (PACKARD, 1960).

Tais consequências e desdobramentos na sociedade em termos desse fenômeno reconfigurador de cultura significam somente desenvolvimento material que coloca o indivíduo em segundo plano. O consumo acrítico e em massa contribui significativamente para agravar descontrole e ingerência validados socialmente como práticas aceitas sócio-culturalmente (QUARESMA, 2011).

Esse culto a um modo de vida de crescente consumismo, em função da manutenção de um sistema econômico, onde o objetivo é a “satisfação dos próprios apetites até os últimos limites impostos pela higiene e economia” (PACKARD, 1960, p. 222), é ainda mais contundente em outras passagens do livro de Packard. Empresários, economistas, consultores e especialistas tecem as suas considerações sobre a deterioração da cultura americana onde o “materialismo a procura da riqueza, amortece a sensibilidade em relação aos outros seres humanos” (PACKARD, 1960, p. 226).

Enalteçando o espírito americano de progresso, Packard (1960) resgatou as figuras de Tocqueville e Mill, ao retratar um tempo em que a ideia de progresso era mais compreendida como avanço do que exploração, sob a ótica de dois pensadores atentos à política e a uma abordagem que se preocupava com as relações solidárias entre diversos elementos da realidade social o,

[...] ardente materialismo como filosofia orientadora parecia mais apropriado em épocas anteriores. Em princípio do século passado, o crítico francês Alexis de Tocqueville observou que, “a América era uma terra de maravilhas, na qual tudo está em constante movimento e toda mudança parece uma melhora”. John Stuart Mill, observando mais ou menos a mesma azáfama e engrandecimento, apreciou-os em termos menos lisonjeiros. Disse que os Estados Unidos eram uma terra onde o progresso material representava tal preocupação que “a vida de todo um sexo é dedicada à caça do dólar e a do outro à criação de caçadores de dólares” (PACKARD, 1960, p. 296-297).

Essa preocupação é percebida ao se observar como a “vida da maioria dos americanos ficou tão entrelaçada com atos de consumo que os americanos tendem a extrair seus sentimentos de significação na vida desses atos de consumo e não de suas meditações, realizações, indagações, valor pessoal e serviço aos outros” (PACKARD, 1960, p. 297). O resultado é uma “sociedade psicologicamente doente e psicologicamente empobrecida” (PACKARD, 1960, p. 298) sustentando-se em uma economia altamente produtiva e viciada. Nessa circunstância social a sociedade é ensinada a avaliar a sua satisfação na vida com base nos bens materiais. Essa

revalorização de princípios esquecidos é uma forte preocupação de Packard (1960) para que os “cidadãos da nação consigam [construir] um ambiente que conduza ao respeito próprio, à serenidade e à realização individual” (PACKARD, 1960, p. 304). Para tal, é imprescindível não mais cultuar o desperdício como uma virtude, e sim aprender a “viver com sua abundância sem ser forçados a empobrecer seu espírito por excesso de tolice em relação a ela” (PACKARD, 1960, p. 308).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O livro de Vance Packard, importante leitura para a compreensão da ideia de *obsolescência planejada*, possibilitando ao leitor tornar-se um crítico quanto aos hábitos de consumo, à qualidade de vida e à concentração de renda. Esse livro já sexagenário ainda é referência para a todos os pesquisadores de cultura e política social e, em especial, àqueles envolvidos com investigações sobre a história da economia política americana, americanismo e seus desdobramentos.

O livro de Packard (1960) faz refletir sobre o indivíduo e sua sujeição em relação aos recursos tecnológicos. A preocupação com o meio ambiente carece de um reexame entre prioridades e necessidades e entre ambiente e mercadorias. A abundância em relação às necessidades materiais, já conquistada há muito tempo, deveria permitir ao indivíduo dedicar maior atenção à educação, à saúde, à recreação e à rica e variada escala de atividades culturais. A sociedade precisa se dar conta que o mundo, influenciado pelo modo de vida americano, está “gozando de opulência privada no meio da pobreza pública” (PACKARD, 1960, p. 279).

A sociedade precisa se conscientizar que o tempo e a energia investidos para a aquisição de bens materiais reduzem as oportunidades de conviver com o outro e de buscar o autoconhecimento. Assim, se as necessidades de comprar serviços e bens forem conscientemente reduzidas, a necessidade de vender o próprio tempo e as frustrações vindas do consumo também diminuirão. É possível ser feliz sem o *frenesi* de consumo que a mídia impõe.

Embora o livro de Packard (1960) também retrate uma grande preocupação com o meio ambiente, tomando como principal denúncia a manipulação ideológica

para a superprodução de bens superfluos e consequente a superprodução de lixo, ele não teve a mesma repercussão que o livro *Primavera Silenciosa*, de Rachel Carson, publicado em 1962. Esse clássico, considerado um marco do movimento ambientalista, denuncia o uso indiscriminado de pesticidas DDT. Para justificar essa diferença de repercussões podemos fazer algumas conjecturas. O livro de Carson (1962) ganhou visibilidade e recebeu formato de livro após a repercussão de um artigo da autora publicado na revista americana *The New Yorker*. Tal repercussão também foi propulsionada por um documentário sobre os efeitos do DDT, influenciado pelo livro de Carson, divulgado pela rede de televisão CBS. Na época, Carson já era reconhecida como uma escritora famosa principalmente em função do Best-seller *O mar que nos cerca*. Carson (1962) denunciou especificamente os malefícios do DDT, Packard (1960) criticou o sistema capitalista como um todo. Desse modo, não é difícil entender que a abordagem de Packard (1960), ainda que de grande relevância para as reflexões sobre o meio ambiente, dificulta o apoio de grupos específicos ou de algum dos grandes meios de comunicação de massa.

REFERÊNCIAS

CÔRTEZ, Ariane M.; SILVESTRE, Rodrigo G. M.; CARVALHO, Hélio Gomes de. Inovação e sustentabilidade: conceitos e exemplos. In: **IV Simpósio Nacional de Tecnologia e Sociedade**, 2011, Curitiba/PR. IV Simpósio Nacional de Educação e Sociedade. Curitiba: UTFPR, 2011.

COSTA, Christiane M. O. N. G. O consumidor fluído. In: **IV Simpósio Nacional de Tecnologia e Sociedade**, 2011, Curitiba/PR. IV Simpósio Nacional de Educação e Sociedade. Curitiba: UTFPR, 2011.

FACO, Luciane; TARALLI, Cibele. Metodologia de projeto de produto em design: contribuições da avaliação do ciclo de vida do produto para inovação com foco na minimização de impactos ambientais. In: **IV Simpósio Nacional de Tecnologia e Sociedade**, 2011, Curitiba/PR. IV Simpósio Nacional de Educação e Sociedade. Curitiba: UTFPR, 2011.

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do cárcere**. Volume IV. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

LOBATO, Monteiro. **América: os Estados Unidos de 1929**. Obras Completas de Monteiro Lobato, 1ª série, Vol. 9. 2ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1948.

PACKARD, Vance. **Estratégia do desperdício**. São Paulo/SP. IBRASA. 2ª ed. 1965. p. 311.

PEDROSA, José G. Americanismo e Trabalho em Monteiro Lobato. In: **IV Simpósio Nacional de Tecnologia e Sociedade**, 2011, Curitiba/PR. IV Simpósio Nacional de Educação e Sociedade. Curitiba: UTFPR, 2011.

QUARESMA, Alexandre. Dilemas e conflitos do pós-humano. In: **IV Simpósio Nacional de Tecnologia e Sociedade**, 2011, Curitiba/PR. IV Simpósio Nacional de Educação e Sociedade. Curitiba: UTFPR, 2011.

TOCQUEVILLE, Alexis. **A democracia na América: lei e costumes**. De certas leis e certos costumes políticos que foram naturalmente sugeridos aos americanos por seu estado social democrático. Livro I. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Pioneira. 7ª edição. 1992.

ZANIN, Gabriela G. M. M. Tecnologia social e consumo ético, solidário e responsável: uma interlocução necessária e em construção. In: **IV Simpósio Nacional de Tecnologia e Sociedade**, 2011, Curitiba/PR. IV Simpósio Nacional de Educação e Sociedade. Curitiba: UTFPR, 2011.