

# O TRÂNSITO LOCAL, OS APLICATIVOS DE TRANSPORTE E AS TEORIAS ANTROPOLÓGICAS NA SOCIEDADE DE CONSUMO COSMOPOLITA

Márcia Regina Zok da Silva<sup>1</sup>

**RESUMO:** O presente trabalho possui por objetivo apresentar, resumidamente e sem a pretensão de esgotar o tema proposto, a relação entre o trânsito local, os aplicativos de transporte e as principais características da sociedade de consumo cosmopolita, na visão de Livia Barbosa, Colin Campbell, Mary Douglas e Baron Isherwood, bem como as principais teorias do consumo oriundas dessa cultura consumerista, sob um viés social, jurídico e antropológico, conforme as obras de Maslow, Keynes, Freud, dentre outros autores.

**PALAVRAS-CHAVE:** Trânsito Local. Aplicativos de Transporte. Sociedade de Consumo. Teorias Antropológicas. Cultura de consumo.

**SUMÁRIO:** 1 Introdução. 2 Os conceitos de consumo e de bem e a relação destes com a cultura consumerista. 2.1 O conceito de consumo. 2.2 O conceito de bem, suas dimensões funcional e expressiva e sua relação com a cultura de consumo. 3 Teorias do consumo. 3.1 Teoria de Maslow. 3.2 Teoria de Keynes. 3.3 Teoria do Ciclo de Vida do Consumo. 3.4 Teoria da Classe Ociosa. 3.5 Teoria Antropológica da Sociedade de Consumo. 3.6 Teoria Psicanalítica (ou da Personalidade). 3.7 Teoria Comportamental (ou Teoria Behaviorista). 3.8 Teoria Marxista. 4 O trânsito local, os aplicativos de transporte e a relação com as teorias de consumo sob um viés antropológico. 4.1 O interesse local. 4.2 Os aplicativos de transporte e a competência local para legislar sobre trânsito e transportes. 4.3 Relação com as teorias antropológicas de consumo. 5 Conclusão. 6 Referências.

## 1 INTRODUÇÃO

O escopo do presente trabalho está nas discussões recentes sobre a legalidade dos aplicativos de transporte nas grandes cidades brasileiras, bem como a relação entre as teorias consumeristas, sob um viés antropológico

<sup>1</sup> Mestranda em Direito do Estado, do Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, orientada pelo Prof. Dr. Carlos Eduardo Dieder Reverbel. Especialista em Direito do Estado pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Bacharel em Direito pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Oficial de Controle Externo do Tribunal de Contas do Estado do Rio Grande do Sul, lotada na Secretaria das Sessões do Tribunal Pleno.

gico, em cotejo com a competência municipal para legislar sobre a matéria de trânsito e transportes. Dessa forma, e objetivando apresentar um breve painel sobre o assunto, esse artigo será didaticamente dividido em três partes principais, seguidas da conclusão.

Na primeira parte, serão apresentados os conceitos de consumo (na visão de diversos autores) e de bem de consumo, bem como será discutida a relação dessas definições com a cultura de consumo.

Na segunda parte, discorrer-se-á sobre as principais teorias de consumo, desde Maslow, passando pelas teorias antropológicas, cerne do presente trabalho, até chegar à marxista. Tal quadro comparativo objetiva preparar para as discussões doutrinárias da parte terceira.

Enfim, na terceira parte, serão trazidas as recentes discussões sobre a necessidade, leia-se interesse, dos usuários locais dos aplicativos de transporte em se locomover, segundo os princípios da Política Nacional de Mobilidade Urbana, versus a competência municipal (local) para legislar sobre a matéria de trânsito e transportes. De tal embate, será estabelecida uma relação com as teorias antropológicas de consumo.

Ao final, serão apresentadas as conclusões sobre o apertado estudo, sem intenções de esgotar o tema proposto, mas sim, apenas o de apresentar linhas gerais sobre o assunto.

## **2 OS CONCEITOS DE CONSUMO E DE BEM E A RELAÇÃO DESTES COM A CULTURA CONSUMERISTA**

### **2.1 O CONCEITO DE CONSUMO**

No que diz respeito ao conceito do termo consumo, há várias correntes doutrinárias, cada qual com diferentes critérios de classificação. Consequentemente, desde logo é possível antever que sua definição está longe de ser um consenso, visto estar atrelada a fatores sociais, culturais, antropológicos, culturais, econômicos, biológicos, dentre outros, os quais variam em diferentes graus tanto no âmbito interno quanto entre comunidades.

No âmbito interno, o consumo está ligado a um conjunto de hábitos antropológicos, variáveis de indivíduo para indivíduo<sup>2</sup>, conforme elementos que vão desde a sua origem, passando por sua situação socioeconômica e suas necessidades pontuais, até chegar a seu arcabouço cultural - a identidade social. Externamente, esse entendimento é igualmente extensivo às relações entre grupos sociais, menores e maiores, caso em que o conceito aqui discutido estará ligado principalmente à ideia de identidade histórico-cultural, conforme um conjunto de valores predefinidos que conferem à qualquer comunidade características as quais a distinguirá das demais comunidades no espaço e no tempo.

Logo, seja nas interações locais, seja nas relações entre duas ou mais comunidades, a conceituação e o alcance semântico do termo consumo estarão sempre intrinsecamente relacionados a fatores biológicos, históricos, geográficos, culturais, ambientais, tecnológicos, midiáticos, de marketing e de comunicação, dentre outros. Esses elementos são indissociáveis da sociedade de consumo, pois estão presentes em todas as fases do ciclo de vida de um bem ou de um serviço, conferindo a eles valor funcional ou expressivo, conforme adiante será melhor discutido e demonstrado.

Nesse sentido acima exposto, do consumo como resultado das interações entre os diversos elementos antropológicos, está Livia Barbosa:

[...] devemos ter clara a distinção entre sociedade e cultura porque, para muitos autores — como Frederic Jameson, Zygmunt Bauman, Jean Baudrillard e outros — a cultura do consumo ou dos consumidores é a cultura da sociedade pós-moderna, e o conjunto de questões discutidas sob esse rótulo é bastante específico. Ele inclui a relação íntima e quase causal entre consumo, estilo de vida, reprodução social e identidade, a autonomia da esfera cultural, a estetização e comoditização da realidade, o signo como mercadoria e um conjunto de atributos negativos atribuído ao consumo tais como: perda de autenticidade das relações sociais, materialismo e superficialidade, entre outros.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> "O grande e polêmico sucesso dos dois capítulos finais de *Cultura e Razão Prática*, de Marshall Shalins, deve-se ao fato de estes procurarem justamente estabelecer de forma clara essa relação entre cultura e consumo, demonstrando que tanto a indústria alimentícia quanto a de vestuário têm suas bases assentadas em um sistema de classificação cultural que as precede".

BARBOSA, Livia. *Cultura, consumo e identidade: limpeza e poluição na sociedade brasileira contemporânea*. Em: BARBOSA, Livia. CAMPBELL, Colin. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006. p. 107.

<sup>3</sup> BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2004. p. 10.

Para Livia Barbosa e Colin Campbell<sup>4</sup>, o consumo consiste no conjunto de práticas inerentes à identidade do ser humano, hábitos esses enraizados no cotidiano e que atribuem ao homem o status de ser social, pois não se restringem à satisfação apenas de fatores fisiológicos, mas também sociais:

Paradoxalmente, consumo significa tanto “destruir” (no sentido de usar até acabar ou esgotar) quanto criar (na acepção de fazer uso de, usufruir). [...] Os dois lados da natureza ambivalente do consumo parecem caminhar juntos quando agimos como consumidores. Daí a razão pela qual tantas pessoas querem consumir tanto. Entretanto, essa ambivalência causa todos os tipos de problemas teóricos e dificuldades conceituais naquilo que hoje se chama de “estudos de consumo”.<sup>5</sup>

Assim, o significado de consumo não se restringe ao esgotamento físico de bem ou de serviço oferecidos: também consiste na relação contínua e permanente estabelecida entre a cultura e a sustentabilidade, a partir da interação entre as supracitadas variáveis. Tal constatação confere complexidade ao consumo, caracterizando esse fenômeno como constitutivo da vida social, pela distinção que promove entre os homens e os demais seres vivos. Nesse contexto:

Atualmente, o uso, a fruição, a ressignificação de bens e serviços, que sempre corresponderam a experiências culturais percebidas como ontologicamente distintas, foram agrupados sob o rótulo de “consumo” e interpretados por esse ângulo. Assim, ao “customizarmos” uma roupa, ao adotarmos determinado tipo de dieta alimentar, ao ouvirmos determinado tipo de música, podemos estar tanto “consumindo”, no sentido de uma experiência, quanto “construindo”, por meio de produtos, uma determinada identidade, ou ainda nos “autodescobrindo” ou “resistindo” ao avanço do consumismo em nossas vidas, como sugerem os teóricos dos estudos culturais.<sup>6</sup>

Para Mary Douglas e Baron Isherwood, o consumo é um processo social, pois é visto como sinônimo de reprodução social (e não somente física — satisfação de meras necessidades fisiológicas), porque é concretizado através de um conjunto de práticas e de hábitos que possibilitam a defini-

---

<sup>4</sup> BARBOSA, Livia. CAMPBELL, Colin. O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas. Em: BARBOSA, Livia. CAMPBELL, Colin. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006. p. 21-22.

<sup>5</sup> BARBOSA, Livia. CAMPBELL, Colin. O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas. Em: BARBOSA, Livia. CAMPBELL, Colin. **Cultura, consumo e identidade** ... p. 22.

<sup>6</sup> BARBOSA, Livia. CAMPBELL, Colin. O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas. Em: BARBOSA, Livia. CAMPBELL, Colin. **Cultura, consumo e identidade** ... p. 23.

ção da identidade social de um indivíduo ou de um grupo, e a consequente inclusão desse mesmo indivíduo em um determinado grupo, ou de tal grupo em uma comunidade maior. Por instrumentos que viabilizam tal reprodução social, os autores entendem que “os bens são dotados de valor pela concordância dos outros consumidores. Eles se reúnem para classificar eventos, mantendo julgamentos antigos ou alterando-os”<sup>7</sup>, de maneira a atribuir a tais produtos um valor que constituirá um elo, uma ponte entre os indivíduos/grupos que compartilhem da mesma classificação valorativa desses produtos (bens ou serviços), os quais “são neutros, seus usos são sociais, podem ser usados como cercas ou como pontes”<sup>8</sup>. Nesse sentido, como exemplos de bens capazes de estabelecer cercas ou pontes entre indivíduos e/ou grupos sociais, segundo Featherstone, “os bens artísticos e intelectuais são mercadorias encravadas cuja capacidade de circular no espaço social é limitada pelas qualidades sagradas a elas atribuídas”<sup>9</sup>.

Douglas e Isherwood definem, portanto, o consumo como um processo social, “um processo ritual cuja função primária é dar sentido ao fluxo incompleto dos acontecimentos”<sup>10</sup>, capaz de promover a inclusão ou a segregação espacial de indivíduos ou de grupos, pois:

Dentro do tempo e espaço disponíveis, o indivíduo usa o consumo para dizer alguma coisa sobre si mesmo, sua família, sua localidade, seja na cidade ou no campo, nas férias ou em casa. A espécie de afirmações que ele faz depende da espécie de universo que habita, afirmativo ou desafiador, talvez competitivo, mas não necessariamente. Ele pode conseguir, através das atividades de consumo, a concordância de outros consumidores para redefinir certos eventos tradicionalmente considerados menos importantes como mais importantes, e vice-versa.<sup>11</sup>

Baudrillard também rejeita a ideia do consumo como o mero esgotamento físico dos objetos, os quais “nunca se esgotam naquilo para que servem, e é nesse excesso de presença que ganham a sua significação de prestígio, que 'designam' não já o mundo, mas o ser e a categoria social de seu possuidor”<sup>12</sup>. Para o autor, o consumo também é um processo social,

---

<sup>7</sup> DOUGLAS, Mary. ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004. p. 123-124.

<sup>8</sup> DOUGLAS, Mary. ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens ...** p. 24.

<sup>9</sup> FEATHERSTONE, Mike. **O desmanche da cultura: globalização, pós-modernismo e identidade**. São Paulo: Studio Nobel: Sesc, 1997. p. 43.

<sup>10</sup> DOUGLAS, Mary. ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens ...** p. 112.

<sup>11</sup> DOUGLAS, Mary. ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens ...** p. 116.

<sup>12</sup> BAUDRILLARD, Jean. **Para uma crítica de economia política do signo**. Lisboa: Edições 70, 1972. p. 14. (grifo do autor)

embora o entenda de maneira diversa à de Mary Douglas e Baron Isherwood: enquanto estes o concebem como um processo que, ao cabo, tem o condão de promover a inclusão ou a exclusão de pessoas ou de categorias sociais em tribos, Baudrillard conceitua o consumo como uma “ordem de significações, como a linguagem, ou como o sistema de parentesco nas sociedades primitivas”<sup>13</sup>.

Nesse sentido:

[...] é absurdo falar de uma ‘sociedade de consumo’ como se o consumo fosse um sistema de valores universal, próprio de todos os homens, uma vez que fundado na satisfação das necessidades individuais. Na verdade, trata-se de uma instituição e de uma moral e, a este título, em qualquer sociedade passada ou futura, de um elemento da estratégia de poder.<sup>14</sup>

Tal significação tem por base o objeto-signo, bem cuja função é a de conferir ao seu possuidor determinado status, a partir de seu valor sîgnico, o qual ultrapassa os valores de uso e de troca, cujo “sentido nunca tem origem na relação [...] econômica, [...] racionalizada em termos de escolha e de cálculo entre um sujeito [...] e um objeto [...], mas numa diferença sistematizável em termos de código [...]”<sup>15</sup>. Tal posição é baseada em uma moral do consumo formada por valores sociais (a já referida ordem de significações) como o ter, a ostentação e a distinção, os quais são usados pelo indivíduo como formas de alcançar a satisfação e a realização pessoais; entretanto, ao contrário de Mary Douglas, que vislumbra o consumo como algo inclusivo e exclusivo de indivíduos ou grupos em outros grupos, Baudrillard<sup>16</sup> entende que o que muitos chamam de “democracia do consumo” seria, na realidade, elemento excludente, pois não haveria igualdade entre os indivíduos pelo que eles consomem, muito pelo contrário, as diferenças de gostos, de escolhas, de valores, dentre outros, reforçam as diferenças entre as classes sociais, através da manutenção das posições de tais categorias.

Entretanto, a efemeridade dos bens baseados em um conjunto de signos é a lógica do conceito em Baudrillard, o que provoca a ilusão de satisfação, a qual nunca é alcançada, pois se renova a cada substituição do objeto.

---

<sup>13</sup> BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Trad. Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995. p. 79.

<sup>14</sup> BAUDRILLARD, Jean. Função-signo e lógica de classe. Em: **A Economia Política dos Signos**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 1996. p. 33.

<sup>15</sup> BAUDRILLARD, Jean. **Para uma crítica da economia política do signo**. Paris, Gallimard, 1972. p. 78.

<sup>16</sup> BAUDRILLARD, Jean. **Para uma crítica da economia política do signo**. Paris ... p. 53.

Assim, “a moda movimenta-se na seguinte lógica: necessidade de inovar e nada mudar na ordem fundamental”<sup>17</sup>.

Featherstone, assim como os demais, concebe o consumo na condição de processo social, diferenciando-se pela atribuição de valores históricos a ele, os quais influenciam diretamente a cultura do consumo<sup>18</sup>. Para ele, temas até então considerados secundários, a exemplo da cultura e do próprio consumo, passam então a ocupar lugar de destaque no processo social:

[...] como e por que escolhemos um quadro de referência e uma perspectiva de avaliação específicos? Como é que o estudo do consumo e da cultura – temas até recentemente designados como secundários, periféricos e femininos em oposição a centralidade atribuída a esfera de produção e a economia, mais masculinas – conquistou um lugar mais importante na análise das relações sociais e das representações culturais?<sup>19</sup>

Para Don Slater, o significado do consumo também tem viés histórico a exemplo de Featherstone. Entretanto, Slater também define o consumo como produto histórico-social de maneira diversa à de Featherstone: enquanto esse autor concebe como produto histórico ligado à pós-modernidade, Slater afasta tal valor, vinculando o consumo ao fenômeno da globalização<sup>20</sup>, com historicidade mais contemporânea:

[...] pela qual a humanidade é única. Por conseguinte, toma-se por qualidade decisiva da cultura — enquanto definidora para todo modo de vida das propriedades que o caracterizam — não o fato de essa cultura poder conformar-se a pressões materiais, mas o fato de fazê-lo de acordo com um esquema simbólico definido, que nunca é o único possível. Por isso, é a cultura que constitui utilidade.<sup>21</sup>

---

<sup>17</sup> BAUDRILLARD, Jean. **Para uma crítica da economia política do signo**. Paris ... p. 39-40.

<sup>18</sup> “[...] a sociedade de consumo torna-se essencialmente cultural, a medida em que a vida social fica desregulada e as relações sociais tornam-se mais variáveis e menos estruturadas por normas estáveis. A superprodução de signos e a reprodução de imagens e simulações resultam numa perda do significado estável e numa estetização da realidade, na qual as massas ficam fascinadas pelo fluxo infinito de justaposições bizarras, que levam o espectador para além do sentido estável.”. FEATHERSTONE, Mike. **Cultura do Consumo e Pós-Modernismo**. Trad. Júlio Assis Simões. São Paulo: Nobel, 1995. p. 34.

<sup>19</sup> FEATHERSTONE, Mike. **Cultura do Consumo** ... p. 10.

<sup>20</sup> “O modo de vida é diferente tanto das ordens de status tradicionais que substitui, quanto das divisões estruturais modernas (como classe, gênero e etnia) em pelo menos dois aspectos cruciais. Em primeiro lugar, o modo de vida tende a indicar um modelo puramente “cultural”: é constituído de signos, representações, mídia, e é tão mutável e instável como estes.”.

SLATER, Don. **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo: NBL Editora, 2001. p. 90.

<sup>21</sup> SLATER, Don. **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo: NBL Editora ... p. 135.

Ainda:

Portanto, nos termos filosóficos mais amplos possíveis, a contradição entre abundância e insatisfação que a cultura do consumo pode produzir de forma tão dramática surge do conflito entre refinamento e alienação, diferenciação e distância, à medida que a sociedade produz um mundo cada vez mais complexo que não consegue interiorizar como criação sua.<sup>22</sup>

Do exposto, pode-se depreender que existe uma relação intrínseca entre o bem de consumo e as teorias antropológicas, de acordo com o conceito de consumo que é considerado.

## **2.2 O CONCEITO DE BEM, SUAS DIMENSÕES FUNCIONAL E EXPRESSIVA E SUA RELAÇÃO COM A CULTURA DE CONSUMO**

No processo de consumo de bens e serviços, o homem consome bens caracterizados como necessários (também chamados funcionais) e supérfluos (também chamados expressivos). Dado o caráter interdimensional do consumo, a referida distinção dos bens também é complexa: a priori, é considerado bem necessário ou funcional aquele caracterizado como o mínimo existencial para o homem se reproduzir fisicamente e, supérfluo (ou expressivo) aquele que ultrapassa esse patamar mínimo, pois é bem ou serviço destinado à reprodução do homem na condição de ser social, “qual ele tende a produzir benefício, vantagem, prazer, bem ou felicidade, ou reduzir a dor”<sup>23</sup>.

Entretanto, tal distinção utilitária do bem ou serviço varia de pessoa para pessoa, não podendo um indivíduo definir para outro indivíduo ou até mesmo para outros grupos o que seria considerado bem/serviço necessário ou superficial, pois depende da prática desse outro indivíduo e/ou grupo. Definir a priori, segundo Lívia Barbosa<sup>24</sup>, seria moralizar o consumo alheio, adquirindo caráter antidemocrático, pois as pessoas têm cada qual uma hierarquização própria do consumo, segundo Maslow, em sua pirâmide das necessidades.

A relação das dimensões funcional e expressiva do bem com a cultura

<sup>22</sup> SLATER, Don. **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002. p. 106.

<sup>23</sup> SLATER, Don. **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo: NBL Editora ... p. 50.

<sup>24</sup> CAMPBELL, Colin. O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas. Em: BARBOSA, Lívia. CAMPBELL, Colin. **Cultura, consumo e identidade** ... p. 35-36.

de consumo está na finalidade: enquanto que os bens considerados na sua dimensão funcional são consumidos pelo homem para que ele se reproduza fisicamente, os bens considerados expressivos servem para a reprodução física e social do homem, mediante um conjunto de práticas que estabelecem identidades, questões de inclusão social, etc., para reformulação contínua da maneira de ser do homem, bem como para que, ao mesmo tempo, este se mantenha<sup>25</sup> em um ambiente sustentável:

O modo de vida é diferente tanto das ordens de status tradicionais que substitui, quanto das divisões estruturais modernas (como classe, gênero e etnia) em pelo menos dois aspectos cruciais. Em primeiro lugar, o modo de vida tende a indicar um modelo puramente "cultural": é constituído de signos, representações, mídia, e é tão mutável e instável como estes.<sup>26</sup>

Além da destinação dada ao bem, a cultura de consumo também tem viés processual, e pode-se dizer que esse viés processual é oriundo de um conjunto de costumes da comunidade considerada, formando uma espécie de direito costumeiro, pois consiste em um conjunto de práticas antropológicas, não positivadas. Dessa maneira, seria possível afirmar, a priori, que todas as teorias são antropológicas, porque advindas das dimensões de desenvolvimento do ser humano.

### 3 TEORIAS DO CONSUMO

O consumo desempenha distintos papéis em cada sociedade, sendo a definição das identidades individual e comunitária uma dessas funções, a qual transcende o mero atendimento das necessidades fisiológicas. Essas identidades poderão tanto ser cosmopolitas quanto regionalizadas. Nesse contexto, em muitos grupos, a quantidade de bens de um indivíduo tem o condão de definir a sua identidade social, pois reflete a cultura do grupo social ao qual ele pertence, de maneira que esses bens terão dimensão expressiva, além da funcional - dimensão caracterizada como o mero atendimento das necessidades.

Como exemplo de cultura de consumo regionalizada, podemos citar

---

<sup>25</sup> "[...] se propõe a ser mais ampla que as anteriores, pois além das inovações tecnológicas e das mudanças nas escolhas individuais de consumo, enfatiza ações coletivas e mudanças políticas econômicas e institucionais para fazer com que os padrões e os níveis de consumo se tornem mais sustentáveis. Mais do que uma estratégia de ação a ser implementada pelos consumidores, Consumo sustentável é uma meta a ser atingida."

BRASIL. **Consumo Sustentável**. MANUAL DE EDUCAÇÃO, 2005. p. 19.

<sup>26</sup> SLATER, Don. **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo: NBL Editora ... p. 90.

os Tuaregues<sup>27</sup> no deserto, grupo no qual o tipo de objeto que a pessoa porta é indicativo da sua identidade; assim, um véu que a mulher porta, pode indicar se ela é casada, solteira ou viúva, em virtude da significação social previamente definida pelo grupo. Tal situação é diversa da brasileira, por exemplo, na qual em regra podemos vestir o que desejamos, sem restrições. Mesmo com tais limitações, qualquer sociedade pode usar os bens e serviços para a construção de identidades sociais e individuais.

A cultura de consumo poderá ser, ainda, produto de processo histórico, por ser atrelada a fatores histórico-culturais<sup>28</sup>, como a que envolve concomitantemente posição social, estilo de vida e renda. Em outros períodos da nossa História, o fator posição social tinha o condão de pré-definir o estilo de vida e, independente do fator renda, definia previamente o tipo de consumo que cada grupo social podia ter, mesmo que esse indivíduo ou família fossem desprovidos de recursos econômicos. Como exemplo de tal cultura<sup>29</sup>, tem-se os nobres franceses, que não podiam trabalhar, mas ao nascer já tinham definido o estilo de vida, o que em muitos casos, os levavam à falência por falta de recursos, pois tinham que manter o estilo de vida apropriado a seu grupo social; hoje, não existe mais essa vinculação, sendo consideradas independentes as três variáveis, gerando um estilo de vida global.

Nesse contexto cosmopolita, o consumo dos bens ocorre tanto na sua dimensão expressiva quanto na funcional<sup>30</sup>, de maneira que o mesmo bem ou serviço poderá ser usado com propósitos diversos por pessoas distintas, ou até mesmo pela mesma pessoa em ocasiões diversas, o que confere ao referido objeto e/ou serviço tanto a dimensão expressiva quanto a funcional. Lívia Barbosa afirma que tal fenômeno consiste em uma desmaterialização da economia, pois o valor de signo de um bem e/ou serviço é, muitas vezes, maior que o de uso ou de troca.

Em que pese o valor de signo dos bens, a questão do materialismo também se faz importante e presente em qualquer tipo de consumo, inexistindo sociedade no mundo que não use bens materiais para se relacionar - todas as relações são intermediadas por bens materiais. Dessa forma, as relações de consumo resultam em fenômenos extremamente complexos, pois envolvem diversos fatores, desde econômicos (relação de custo e benefício)

---

<sup>27</sup> BARBOSA, Lívia. **Sociedade de consumo** ... p. 43.

<sup>28</sup> BARBOSA, Lívia. **Sociedade de consumo** ... p. 20-21.

<sup>29</sup> BARBOSA, Lívia. **Sociedade de consumo** ... p. 20-21.

<sup>30</sup> BARBOSA, Lívia. **Sociedade de consumo** ... p. 35-36.

até de sustentabilidade (algumas fases do processo de produção podem não ser tão sustentáveis quanto as outras). A respeito de tal complexidade, Livia Barbosa reafirma a importância das relações de consumo na nossa sociedade, pois as considera, com base no ciclo de vida dos bens e serviços, uma segunda natureza da pessoa<sup>31</sup>.

### 3.1 TEORIA DE MASLOW

Também chamada de Teoria das Necessidades Básicas (ou das Necessidades Humanas), ela é considerada o pilar das relações de consumo, pois tem por fase a motivação do indivíduo no momento atual e subjetivo (presente), conforme a sua necessidade e/ou desejo pontual. Maslow hierarquiza tais necessidades em Fisiológicas, de Segurança Física, de Afeto, de Relacionamento (de Auto realização), as quais não são interdependentes, podendo haver a predominância de algumas<sup>32</sup> em detrimento de outras em dado momento.

### 3.2 TEORIA DE KEYNES

Segundo essa Teoria, de cunho racional, quanto maior for a renda corrente do indivíduo, maior propensão média<sup>33</sup> ele terá a consumir. Keynes afirma que essa propensão é média, não ocorrendo o aumento do consumo na mesma medida que aumenta a renda, devido ao fato de que o indivíduo guardaria parte dos recursos que aumentaram, utilizando somente o restante para fins de consumo.

### 3.3 TEORIA DO CICLO DE VIDA DO CONSUMO

Desenvolvida por Franco Modigliani, Nobel de Economia de 1986, essa Teoria leva em consideração a renda adquirida durante todo o ciclo da vida do indivíduo, a qual é composta pela renda corrente e pela renda proveniente

---

<sup>31</sup> BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo** ... p. 24-25.

<sup>32</sup> "Obviamente um bom caminho para obscurecer as motivações mais altas, e conseguir uma visão inclinada para um lado de capacidades humanas e natureza humana, é para fazer o organismo extremamente e cronicamente faminto e sedento. Qualquer um que tenta fazer um retrato de emergência em uma típica, e que medirá todas metas e desejos do homem por seu comportamento durante a extrema privação fisiológica está certamente sendo cego para muitas coisas. É bastante verdadeiro aquele homem viver por pão só quando não existir nenhum pão. Mas o que acontece com os desejos do homem quando existe bastante pão e quando sua barriga está cronicamente cheia?". MASLOW, Abraham H. **Motivation and Personality**. 2ª ed. Nova York: Harper, 1970. p. 38. (Tradução livre)

<sup>33</sup> "O montante que a comunidade gasta em consumo depende, evidentemente: (i) em parte, do montante de sua renda; (ii) em parte, de outras circunstâncias objetivas que o acompanham; e (iii), em parte, das necessidades subjetivas, propensões psicológicas e hábitos dos indivíduos que a compõem, bem como dos princípios que governam a distribuição da renda entre eles [...]".

KEYNES, J.M. **A Teoria Geral do Emprego, do Juro e da Moeda**. 1ª ed. São Paulo: Atlas S.A, 1992. p.84.

te de investimentos de longo prazo. Para Modigliani<sup>34</sup>, o indivíduo suaviza o consumo nas fases iniciais de sua vida para, quando se aposentar, manter esse padrão de vida e, por consequência, de consumo. Esta Teoria, também racional, diferencia-se da keynesiana por esta considerar apenas a renda momentânea corrente, sem levar em conta eventuais variações de recursos financeiros ao longo do tempo.

### 3.4 TEORIA DA CLASSE OCIOSA

Desenvolvida por Thorstein Veblen<sup>35</sup>, essa Teoria baseia-se em uma cultura de ostentação conspícua, a qual se caracteriza pelo consumo feito além do mínimo de subsistência, com o objetivo de demonstração da condição social do indivíduo em uma situação de ócio - lazer.

### 3.5 TEORIA ANTROPOLÓGICA DA SOCIEDADE DE CONSUMO

Desenvolvida por Baudrillard<sup>36</sup>, Mary Douglas<sup>37</sup> e Baron Isherwood, tal Teoria caracteriza-se por uma lógica de consumo a qual vai além da mera materialidade dos bens e serviços, mediante uma prática imaterial fundada

---

<sup>34</sup> "[...] o tamanho da poupança ao longo de curtos períodos de tempo, como um ano, será influenciado pela medida do afastamento entre a renda atual e a média de recursos da vida. Esta conclusão é comum a HCV e HRP de Friedman, que difere da HCV, principalmente, em que os modelos de consumo racional e decisões de poupança supõem a "simplificação" de que a vida é indefinidamente longa. Assim, a noção de recursos da vida é substituída pela de "renda permanente", enquanto a discrepância entre a renda atual e permanente é chamada de renda "transitória".

MODIGLIANI, Franco. Life Cycle, Individual Thrift and the Wealth of Nations. In: **American Economic Review**, 1986. vol. 3. Disponível em: <<https://www.aeaweb.org/journals/aer/>>. Acesso em: 20 set. 2017. p. 153. (tradução livre)

<sup>35</sup> "Assim, no estágio quase pacífico, o senhor não consome mais do que o mínimo necessário à sua subsistência e eficiência física, como o seu consumo se especializa quanto à qualidade dos bens consumidos. Ele consome livremente e do melhor, no tocante a alimento, bebida, narcóticos, abrigo, serviços, ornamentos, vestuário, armas e munições, divertimentos, amuletos, ídolos e divindades. Na melhoria gradual que se processa nos artigos de seu consumo, o motivo e o objetivo imediato da inovação é sem dúvida a maior eficiência dos novos artigos, mais elaborados e perfeitos, na promoção de seu conforto e bem-estar pessoal. Esse não é, porém, o fim principal do consumo."

VEBLEIN, Thorstein. **A teoria da classe ociosa – um estudo econômico das instituições**. Trad. Olívia Krähnenbühl. São Paulo: Ática, 1983. p. 37.

<sup>36</sup> "El consumo no es ni una práctica material, ni una fenomenología, de la "abundancia", no se define ni por el alimento que se digiere, ni por la ropa que se viste, ni por el automóvil del que uno se vale, ni por la sustancia oral y visual de las imágenes y de los mensajes, sino por la organización de todo esto en sustancia significativa; es la totalidad virtual de todos los objetos y mensajes constituidos desde ahora en un discurso más o menos coherente. En cuanto que tiene un sentido, el consumo es una actividad de manipulación sistemática de signos (...) para volverse objeto de consumo es preciso que el objeto se vuelva signo."

BAUDRILLARD, Jean. **El sistema de los objetos**. Trad. Francisco González Aramburu. México: Siglo XXI, 1969. p. 224.

<sup>37</sup> "Se utilizarmos os "nomes" como alavancas para captar os processos cognitivos mais recônditos para sintetizar o consumo, e se vemos os bens e seus nomes como as partes acessíveis de um sistema de informação, o problema do consumidor na realização de seu projeto de vida se torna mais claro. Ele precisa dos bens para prestar e obter serviços de marcação, isto é, ele precisa estar presente aos rituais de consumo dos outros para poder pôr em circulação seus próprios juízos sobre a adequação das coisas utilizadas para celebrar as diversas ocasiões."

DOUGLAS, Mary. ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004. p. 131.

sobre símbolos - signos - acrescentando a esses bens e serviços fatores antropológicos. Assim, segundo essa Teoria, não adquirimos um objeto ou utilizamos um serviço somente pela dimensão funcional deste, mas também pela expressiva, a qual é representativa de um estilo de vida que estamos consumindo.

### 3.6 TEORIA PSICANALÍTICA (OU DA PERSONALIDADE)

Desenvolvida por Sigmund Freud<sup>38</sup>, esta Teoria sustenta-se em fatores intrapsíquicos como motivadores do consumo (ao contrário da Teoria de Maslow, que se baseia em fatores extra psíquicos). Para tal afirmação, Freud divide o psiquismo em consciente e inconsciente, sendo este subdividido em inconsciente latente e inconsciente reprimido, divisão da qual este último é considerado responsável pelos comportamentos impulsivos do indivíduo, ou seja, pelo consumo por impulso como mecanismo de atendimento a exigências impulsivas no processo de busca das pessoas pela felicidade.

### 3.7 TEORIA COMPORTAMENTAL (OU TEORIA BEHAVIORISTA)

Desenvolvida por John Watson e consolidada por Skinner, esta Teoria é também conhecida por Teoria do Condicionamento<sup>39</sup> e caracteriza-se pela existência de dois tipos de estímulos, a saber, os eliciadores e os estimulantes, como determinantes para o comportamento do consumidor no processo de compra do bem ou do serviço. Os primeiros estímulos são os responsáveis por fazer o indivíduo consumir determinado produto e/ou serviço pela primeira vez; os segundos, por fazer o mesmo indivíduo voltar a consumir o mesmo produto ou serviço, condicionando o comportamento desse consumidor.

---

<sup>38</sup> "Como vemos, o que decide o propósito da vida é simplesmente o programa do princípio do prazer. Esse princípio domina o funcionamento do aparelho psíquico desde o início. Não pode haver dúvida sobre sua eficácia, ainda que o seu programa se encontre em desacordo com o mundo inteiro, tanto com o macrocosmo quanto com o microcosmo. Não há possibilidade alguma de ele ser executado; todas as normas do universo são-lhe contrárias. Ficamos inclinados a dizer que a intenção de que o homem seja 'feliz' não se acha incluída no plano da 'Criação'. O que chamamos de felicidade no sentido mais restrito provém da satisfação (de preferência, repentina) de necessidades represadas em alto grau, sendo, por sua natureza, possível apenas como uma manifestação episódica. Quando qualquer situação desejada pelo princípio do prazer se prolonga, ela produz tão-somente um sentimento de contentamento muito tênue. Somos feitos de modo a só podermos derivar prazer intenso de um contraste, e muito pouco de um determinado estado de coisas."

FREUD, Sigmund. O mal-estar na civilização (1930). Em: SALOMÃO, J. (Coord.). **Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud**. v. XXI. Rio de Janeiro: Imago, 1969-1980. p. 94-95.

<sup>39</sup> SKINNER, Burrhus Frederic. **Ciência e comportamento humano**. Trad. João Carlos Todorov, Rodolfo Azzi. 11ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003. p. 92-93.

### 3.8 TEORIA MARXISTA

Marx<sup>40</sup> afirma que o consumo é o último estágio de produção de um bem, pois é nele que o produto recebe seu último acabamento, bem como cria a necessidade de nova produção, consistindo em um aspecto duplo, pois produz a necessidade que leva à nova produção.

## 4 O TRÂNSITO LOCAL, OS APLICATIVOS DE TRANSPORTE E A RELAÇÃO COM AS TEORIAS DE CONSUMO SOB UM VIÉS ANTROPOLÓGICO

### 4.1 O INTERESSE LOCAL

O interesse local, segundo a Constituição da República Federativa do Brasil, de 1988, está no art. 30, inciso I, com a seguinte redação:

Art. 30. Compete aos Municípios:  
I - legislar sobre assuntos de interesse local;<sup>41</sup>

Historicamente, tal termo remonta a um conjunto de assuntos de interesse primariamente municipal. Desde o período colonial e pelos mais variados motivos, o município brasileiro sempre foi um dos protagonistas da organização política brasileira<sup>42</sup>, embora somente tenha adquirido a efetiva condição de ente federado a partir da Constituição de 1988, sendo que desde a de 1891 até a de 1964, tais assuntos eram denominados peculiar interesse<sup>43</sup>. A partir de 1988, com a promulgação da Constituição de 1988, o

---

<sup>40</sup> "Somente no consumo o produto recebe seu último acabamento. (...). O consumo produz a produção duplamente: 1) na medida em que apenas no consumo o produto devém efetivamente produto. (...) 2) na medida em que o consumo cria a necessidade de nova produção. (...) Se é claro que a produção oferece exteriormente o objeto do consumo, é igualmente claro que o consumo põe idealmente o objeto da produção como imagem interior, como necessidade, como impulso e como finalidade. Cria os objetos da produção em uma forma ainda subjetiva. Sem necessidade, nenhuma produção. Mas o consumo reproduz a necessidade."

MARX, Karl. **Grundrisse: manuscritos econômicos de 1857 - 1858 - esboços da crítica da economia política**. São Paulo: Boitempo, 2011a. p. 46-47.

<sup>41</sup> BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. **Planalto**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em: 24 jan. 2018.

<sup>42</sup> MEIRELLES, Hely Lopes. **Direito municipal brasileiro**. 9ª ed. São Paulo: Malheiros, 1997. p. 33-34.

<sup>43</sup> "Art. 68 - Os Estados organizar-se-ão de forma que fique assegurada a autonomia dos Municípios em tudo quanto respeite ao seu **peculiar interesse**."

BRASIL. Constituição (1891). **Constituição da República dos Estados Unidos do Brasil de 1891**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao91.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao91.htm)>. Acesso em: 24 jan. 2018. (grifei)

"Art. 13 - Os Municípios serão organizados de forma que lhes fique assegurada a autonomia em tudo quanto respeite ao seu **peculiar interesse**; e especialmente: [...] III - A organização dos serviços de sua competência."

BRASIL. Constituição (1934). **Constituição da República dos Estados Unidos do Brasil de 1934**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao34.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao34.htm)>. Acesso em: 24 jan. 2018. (grifei)

"Art. 26 - Os Municípios serão organizados de forma a ser-lhes assegurada autonomia em tudo quanto respeite ao seu **peculiar interesse**, e, especialmente: [...] c) à organização dos serviços públicos de caráter local."

BRASIL. Constituição (1937). **Constituição dos Estados Unidos do Brasil de 1937**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao37.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao37.htm)>. Acesso em: 24 jan. 2018. (grifei)

Município não apenas foi incluído como ente na Estrutura Federal brasileira (agora, Tríplice)<sup>44</sup>, realidade há muito tempo perceptível, como também sua autonomia ganha nova interpretação semântica e teleológica, inédita até então, através da alteração no texto constitucional do termo “Peculiar Interesse” em lugar do termo “Interesse Local”<sup>45</sup>.

Tal inclusão do Município, na organização política brasileira, se deu graças à implantação de uma nova técnica de repartição de competências, o que representou o reconhecimento de que os assuntos do Município eram de interesse local e somente depois, estadual, regional ou nacional. Isso não significa que o interesse local está à margem dos demais interesses, mas sim, que tem preferência sobre eles quando não houver conflito entre ele e os demais entes federativos.

A combinação entre as dimensões continentais do território brasileiro e as diversidades socioeconômica, cultural e étnica da população, resultou em assimetrias dos interesses locais, o que levou à necessidade de adoção de políticas públicas locais que contemplassem um maior número de indivíduos. Tais diversidades constituem-se em verdadeiras assimetrias de fato, que resultaram na necessidade de implantar instrumentos jurídicos como assimetrias de direito para se manter a unidade nacional. Conforme expõe Ricardo Victalino de Oliveira<sup>46</sup>, não há Federação sem que existam desigualdades entre as partes componentes, de maneira que se faz necessária a criação de “técnicas e instrumentos de compatibilização que, controladamente, diferenciem as unidades político-administrativas”<sup>47</sup>.

---

“Art. 28 - A autonomia dos Municípios será assegurada: [...] II - pela administração própria, no que concerne ao seu **peculiar interesse** e, especialmente, [...] b) à organização dos serviços públicos locais.”

BRASIL. Constituição (1946). **Constituição dos Estados Unidos do Brasil de 1946**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao46.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao46.htm)>. Acesso em: 24 jan. 2018. (grifei)

“Art. 16 - A autonomia municipal será assegurada: [...] II - pela administração própria, no que concerne ao seu **peculiar interesse**, especialmente quanto: [...] b) à organização dos serviços públicos locais.”

BRASIL. Constituição (1967). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1967**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao67.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao67.htm)>. Acesso em: 24 jan. 2018. (grifei)

“Art. 15. A autonomia municipal será assegurada: [...] II - pela administração própria, no que respeite ao seu **peculiar interesse**, especialmente quanto: [...] b) à organização dos serviços públicos locais.”

BRASIL. Constituição (1969). **Emenda Constitucional Nº 1, de 17 de outubro de 1969**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Emendas/Emc\\_anterior1988/emc01-69.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Emendas/Emc_anterior1988/emc01-69.htm)>. Acesso em: 24 jan. 2018. (grifei, redação original)

<sup>44</sup> FERREIRA FILHO, Manoel Gonçalves. **Curso de Direito Constitucional**. 27ª ed. São Paulo: Saraiva, 2001. p. 41.

<sup>45</sup> “Art. 30. Compete aos Municípios: I - legislar sobre assuntos de **interesse local**; [...]”.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm)>. Acesso em: 24 jan. 2018. (grifei)

<sup>46</sup> OLIVEIRA, Ricardo Victalino de. **Federalismo assimétrico brasileiro**. Belo Horizonte: Arraes Editores, 2012. p. 01.

<sup>47</sup> OLIVEIRA, Ricardo Victalino de. **Federalismo assimétrico brasileiro** ... p. 02.

Desde o período Colonial, tendo as Capitânicas Hereditárias como organização político-administrativa adotada, até os dias atuais, com o Modelo de Federalismo dito Cooperativo-Democrático<sup>48</sup>, nosso País sempre apresentou diversidade de organização política e de interesses entre os entes locais. Ainda, os preceitos do atual modelo de Federalismo, de caráter Cooperativo-Democrático<sup>49</sup>, bem como os seus antecedentes, adiante explanados, não chegaram à totalidade do território brasileiro de maneira uniforme, simétrica<sup>50</sup>, dadas as extensões populacional e territorial de nosso País, bem como as variadas condições socioeconômicas e culturais de nossa população<sup>51</sup>.

## 4.2 OS APLICATIVOS DE TRANSPORTE E A COMPETÊNCIA LOCAL PARA LEGISLAR SOBRE TRÂNSITO E TRANSPORTES

O Federalismo Cooperativo Democrático tem na divisão comum de competências sua premissa básica, na tentativa de direcionar as políticas públicas aos destinatários de interesse. Nesse contexto, o rol de funções do art. 23<sup>52</sup> da Constituição Federal é de caráter compartilhado entre os três en-

<sup>48</sup> BONAVIDES, Paulo. **A constituição aberta: temas políticos e constitucionais da atualidade, com ênfase no federalismo das regiões**. 2ª ed. São Paulo: Malheiros, 1996. p. 435.

<sup>49</sup> BONAVIDES, Paulo. **A constituição aberta** ... p. 435.

<sup>50</sup> “[...] define-se “simetria” como “nível de conformidade” e do que tem em comum nas relações de cada unidade política separada do sistema para com o sistema como um todo e para com as outras unidades componentes”.

RAMOS, Dircêo Torrecillas. **O federalismo assimétrico: unidade na diversidade**. Em: O federalista atual: teoria do federalismo. Belo Horizonte: Arraes Editores, 2013. p. 126. (grifo do autor)

<sup>51</sup> RAMOS, Dircêo Torrecillas. **O federalismo assimétrico** ... p. 129.

<sup>52</sup> Art. 23. É competência comum da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios:

- I - zelar pela guarda da Constituição, das leis e das instituições democráticas e conservar o patrimônio público;
  - II - cuidar da saúde e assistência pública, da proteção e garantia das pessoas portadoras de deficiência;
  - III - proteger os documentos, as obras e outros bens de valor histórico, artístico e cultural, os monumentos, as paisagens naturais notáveis e os sítios arqueológicos;
  - IV - impedir a evasão, a destruição e a descaracterização de obras de arte e de outros bens de valor histórico, artístico ou cultural;
  - V - proporcionar os meios de acesso à cultura, à educação e à ciência;
  - V - proporcionar os meios de acesso à cultura, à educação, à ciência, à tecnologia, à pesquisa e à inovação;
- (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 85, de 2015)
- VI - proteger o meio ambiente e combater a poluição em qualquer de suas formas;
  - VII - preservar as florestas, a fauna e a flora;
  - VIII - fomentar a produção agropecuária e organizar o abastecimento alimentar;
  - IX - promover programas de construção de moradias e a melhoria das condições habitacionais e de saneamento básico;
  - X - combater as causas da pobreza e os fatores de marginalização, promovendo a integração social dos setores desfavorecidos;
  - XI - registrar, acompanhar e fiscalizar as concessões de direitos de pesquisa e exploração de recursos hídricos e minerais em seus territórios;
  - XII - estabelecer e implantar política de educação para a segurança do trânsito.
- Parágrafo único. Lei complementar fixará normas para a cooperação entre a União e os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, tendo em vista o equilíbrio do desenvolvimento e do bem-estar em âmbito nacional.

tes federativos, de viés cooperativo e não legislativo. Consequentemente, há desconcentração de poderes em mãos da União, de maneira que as ações conjuntas entre os três entes da Federação passaram então a ser executadas segundo o Princípio da Subsidiariedade, cuja definição, segundo Baracho, não comportaria uma significação precisa<sup>53</sup>.

Em que pese tal imprecisão conceitual, Sílvia Faber Torres entende que o Princípio da Subsidiariedade teria três objetivos<sup>54</sup>: o de fundamentar a função subsidiária do Estado em relação à sociedade; o de indicar parâmetros de repartição de competências entre as autoridades públicas ou privadas de diversos níveis e, por fim, o de nortear o âmbito de atuação estatal. Quando cotejado à cláusula do Interesse Local, é possível afirmar que esse Princípio aponta, no caso concreto, a qual ente federativo caberia primariamente o tratamento de determinada matéria de competência comum, legitimando o modelo de Federalismo Cooperativo Democrático<sup>55</sup>.

Para Raul Machado Horta, a palavra subsidiariedade incorpora “a ideia de auxílio, de reforço, de subsidiário, de subsídio, de compensação, de supletividade”<sup>56</sup>. Dessa forma, a elevação do Município ao status de ente da Federação brasileira consolidou o entendimento de que ele é a base da Federação e “o nível de maior serviço”<sup>57</sup>, realidade perceptível há muito tempo. Tal reinterpretação do papel do Município<sup>58</sup> levou em conta dois fatores essenciais: a Dignidade da Pessoa Humana (o cidadão como fim do Estado Democrático de Direito brasileiro) e o Princípio da Subsidiariedade (o papel dos Municípios como entes primários na execução dos serviços públicos, dada a sua maior possibilidade com a população, através da transformação das políticas públicas em serviços públicos locais).

### No caso dos aplicativos de transporte, cujo raio de atuação legisla-

---

Parágrafo único. Leis complementares fixarão normas para a cooperação entre a União e os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, tendo em vista o equilíbrio do desenvolvimento e do bem-estar em âmbito nacional. (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 53, de 2006) “.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm)>. Acesso em: 11 jan. 2018.

<sup>53</sup> BARACHO, José Alfredo de Oliveira. **O princípio da subsidiariedade: conceito e evolução**. Em: **Desenvolvimento econômico e intervenção do estado na ordem constitucional – estudos jurídicos em homenagem ao professor Washington Peluso Albino de Souza**. Porto Alegre: Fabris, 1995. p. 118.

<sup>54</sup> TORRES, Sílvia Faber. **O princípio da subsidiariedade no direito público contemporâneo**. Rio de Janeiro: Renovar, 2001. p. 37.

<sup>55</sup> ALMEIDA, Fernanda Dias Menezes de. **Competências na Constituição de 1988**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2000. p. 66.

<sup>56</sup> HORTA, Raul Machado. **O federalismo e o princípio da subsidiariedade**. Disponível em: <<http://www.grupos.com.br/blog/dbcaxanga/permalink/19187.html>>. Acesso em: 24 jan. 2018.

<sup>57</sup> SOUZA JUNIOR, Cezar Saldanha. **Autonomia municipal e subsidiariedade: competência constitucional do Município**. **Revista da Procuradoria-Geral do Município de Porto Alegre**. Nº 20. Porto Alegre: CEDIM, 2006. p. 18.

<sup>58</sup> SOUZA JUNIOR, op. cit., p. 19.

tiva limita-se ao território do Município em que atuam, há dois princípios conflitantes, a saber, o direito do consumidor local à mobilidade urbana, regido pela Lei de Mobilidade Urbana, a Lei Complementar nº 12.587/2012, também conhecida como Lei da Política Nacional de Mobilidade Urbana; e o interesse local desse mesmo Município em regular a matéria conforme o art. 22 da Constituição.

A Política Nacional de Mobilidade Urbana tem fundamento na redação do inciso XX do art. 21 e no art. 182<sup>59</sup>, ambos os dispositivos da Constituição Federal:

Art. 21. Compete à União:

[...]

XX - instituir diretrizes para o desenvolvimento urbano, inclusive habitação, saneamento básico e transportes urbanos;

[...] <sup>60</sup>

Tal política pauta-se por um conjunto de princípios, diretrizes e objetivos, expostos nos artigos. 5<sup>o</sup><sup>61</sup>, 6<sup>o</sup><sup>62</sup> e 7<sup>o</sup><sup>63</sup>, respectivamente, da LC nº 12.587/2012, representando o direito à mobilidade urbana dos usuários dos

---

<sup>59</sup> “Art. 182. A política de desenvolvimento urbano, executada pelo Poder Público municipal, conforme diretrizes gerais fixadas em lei, tem por objetivo ordenar o pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade e garantir o bem-estar de seus habitantes. [...]”

<sup>60</sup> BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm)>. Acesso em: 11 jan. 2018. (grifei)

<sup>61</sup> “Art. 5º A Política Nacional de Mobilidade Urbana está fundamentada nos seguintes princípios:

- I - acessibilidade universal;
- II - desenvolvimento sustentável das cidades, nas dimensões socioeconômicas e ambientais;
- III - equidade no acesso dos cidadãos ao transporte público coletivo;
- IV - eficiência, eficácia e efetividade na prestação dos serviços de transporte urbano;
- V - gestão democrática e controle social do planejamento e avaliação da Política Nacional de Mobilidade

Urbana;

- VI - segurança nos deslocamentos das pessoas;
- VII - justa distribuição dos benefícios e ônus decorrentes do uso dos diferentes modos e serviços;
- VIII - equidade no uso do espaço público de circulação, vias e logradouros; e
- IX - eficiência, eficácia e efetividade na circulação urbana.”

BRASIL. (Lei Complementar). Lei Nº 12.587, de 03 de janeiro de 2012. **Planalto**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2012/lei/12587.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/12587.htm)>. Acesso em: 04 fev. 2018.

<sup>62</sup> “Art. 6º A Política Nacional de Mobilidade Urbana é orientada pelas seguintes diretrizes:

- I - integração com a política de desenvolvimento urbano e respectivas políticas setoriais de habitação, saneamento básico, planejamento e gestão do uso do solo no âmbito dos entes federativos;
- II - prioridade dos modos de transportes não motorizados sobre os motorizados e dos serviços de transporte público coletivo sobre o transporte individual motorizado;
- III - integração entre os modos e serviços de transporte urbano;
- IV - mitigação dos custos ambientais, sociais e econômicos dos deslocamentos de pessoas e cargas na

cidade;

V - incentivo ao desenvolvimento científico-tecnológico e ao uso de energias renováveis e menos poluentes;

VI - priorização de projetos de transporte público coletivo estruturadores do território e indutores do desenvolvimento urbano integrado; e

## aplicativos de transporte local.

Nesse contexto, o rol do art. 22<sup>64</sup> da Constituição, por sua vez, é de viés legislativo, sendo permitido ao Município apenas suplementar a legislação federal, no que lhe couber, consoante previsão constitucional do art. 30, II.<sup>65</sup> Desse rol de funções do artigo 22, destacam-se as matérias de trânsito e transportes, no inciso XI, relacionadas ao tema dos aplicativos de transporte. Cabe ao Município editar leis locais que tratem de mobilidade urbana e da matéria de trânsito e transportes, conforme seu interesse local, porém sem extrapolar os limites da Constituição e das Leis Complementares que tratem das matérias.

A Política de Mobilidade Urbana, segundo o Princípio da Subsidiariedade, tem viés essencialmente local. Assim, a Lei Complementar apenas dita os parâmetros essenciais da mobilidade, cabendo ao ente local, por meio de sua Câmara de Vereadores, editar a Lei Local que atenda à política desse Município, conforme o seu interesse local, o qual será diverso do interesse

---

VII - integração entre as cidades gêmeas localizadas na faixa de fronteira com outros países sobre a linha divisória internacional.”

BRASIL. (Lei Complementar). Lei Nº 12.587, de 03 de janeiro de 2012. **Planalto**. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2012/lei/12587.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/12587.htm)>. Acesso em: 04 fev. 2018.

<sup>63</sup> “Art. 7º A Política Nacional de Mobilidade Urbana possui os seguintes objetivos:

I - reduzir as desigualdades e promover a inclusão social;

II - promover o acesso aos serviços básicos e equipamentos sociais;

III - proporcionar melhoria nas condições urbanas da população no que se refere à acessibilidade e à mobilidade;

IV - promover o desenvolvimento sustentável com a mitigação dos custos ambientais e socioeconômicos dos deslocamentos de pessoas e cargas nas cidades; e

V - consolidar a gestão democrática como instrumento e garantia da construção contínua do aprimoramento da mobilidade urbana.”

BRASIL. (Lei Complementar). Lei Nº 12.587, de 03 de janeiro de 2012. **Planalto**. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2012/lei/12587.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/12587.htm)>. Acesso em: 04 fev. 2018.

<sup>64</sup> “Art. 22. Compete privativamente à União legislar sobre:

I - direito civil, comercial, penal, processual, eleitoral, agrário, marítimo, aeronáutico, espacial e do trabalho;

II - desapropriação;

III - requisições civis e militares, em caso de iminente perigo e em tempo de guerra;

IV - águas, energia, informática, telecomunicações e radiodifusão;

V - serviço postal;

VI - sistema monetário e de medidas, títulos e garantias dos metais;

VII - política de crédito, câmbio, seguros e transferência de valores;

VIII - comércio exterior e interestadual;

IX - diretrizes da política nacional de transportes;

X - regime dos portos, navegação lacustre, fluvial, marítima, aérea e aeroespacial;

**XI - trânsito e transporte; [...].”**

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm)>. Acesso em: 11 jan. 2018. (grifei)

<sup>65</sup> “Art. 30. Compete aos Municípios: [...]

**II - suplementar a legislação federal e a estadual no que couber; [...].”**

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm)>. Acesso em: 11 jan. 2018. (grifei)

local de outro Município. Tal diversidade se dá pelos diversos fatores que levam ao consumo de determinado aplicativo de transporte em detrimento de outros, conforme o interesse individual de cada usuário do serviço.

### **4.3 RELAÇÃO COM AS TEORIAS ANTROPOLÓGICAS DE CONSUMO**

São vários os motivos que levam o usuário a fazer uso deste ou daquele aplicativo de transporte urbano, os quais vão desde a construção de identidades (utiliza porque se identifica com a proposta da marca do aplicativo), passando pela relação custo-benefício (por meio dos vouchers, cupons de desconto no preço final para a utilização do serviço), até a rapidez na chegada do transporte. Tais motivos não se restringem aos supracitados e, como já mencionado, variam de usuário para usuário, os quais, muitas vezes, fazem uso de mais de um aplicativo, senão de todos, conforme sua necessidade momentânea e pontual.

São tais motivos que devem ser levados em conta no momento de implementar esta ou aquela política pública de mobilidade urbana em determinado Município, podendo-se dizer que eles também são o interesse local na matéria e o suporte fático que deverá ser devidamente valorado para fins de elaboração da norma que regulará o referido serviço local.

## **5 CONCLUSÃO**

Desse apertado estudo é possível concluir que o consumo dos aplicativos de transportes é fenômeno complexo, o qual não se restringe à legislação desse ou daquele Município. Além disso, coteja com diversos ramos do Direito, além de outras ciências como a Antropologia, a Sociologia, dentre outras. O uso de tal serviço tem variados motivos dentre os usuários e, muitas vezes, o mesmo usuário consome o mesmo serviço, no mesmo dia, por fatores diversos.

Dessa forma, o interesse local de um Município, ao elaborar a sua Política de Mobilidade Urbana, deverá levar em conta tais fatores, bem como a sua competência para tratar da matéria de trânsito e transportes. A Lei Complementar referente à matéria apenas traz parâmetros gerais que deverão ser considerados pelo Município ao editar sua Lei Local, concretizando a

Política dentro da sua realidade fática.

Assim, o consumo vai além das necessidades básicas, pois também define a construção de identidades sociais e imprime estilos de vida, sendo impraticável definir a priori o que seriam bens necessários e bens supérfluos. Desse modo, somente a situação pontual de cada indivíduo é capaz de definir se o bem e/ou serviço em questão seria básico ou supérfluo, sendo processo complexo tal definição. No que tange às diversas teorias aqui apresentadas, é possível concluir que todas podem ser denominadas antropológicas, pois perpassam hábitos de consumo do indivíduo e do grupo a que pertence.

Além disso, pode-se dizer que esse conjunto de regras costumeiras se aproxima de um direito costumeiro, ao estabelecermos a relação entre a dimensão funcional/simbólica do bem e as várias culturas de consumo, de forma a constatarmos que os valores obtidos de tal cotejamento transcendem as fronteiras de uma nação.

## 6 REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Fernanda Dias Menezes de. **Competências na Constituição de 1988**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2000.

BARACHO, José Alfredo de Oliveira. O princípio da subsidiariedade: conceito e evolução. Em: **Desenvolvimento econômico e intervenção do estado na ordem constitucional – estudos jurídicos em homenagem ao professor Washington Peluso Albino de Souza**. Porto Alegre: Fabris, 1995.

BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BARBOSA, Livia. CAMPBELL, Colin. O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas. Em: BARBOSA, Livia. CAMPBELL, Colin. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Trad. Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995.

BAUDRILLARD, Jean. **El sistema de los objetos**. Trad. Francisco González Aramburu. México: Siglo XXI, 1969.

BAUDRILLARD, Jean. Função-signo e lógica de classe. Em: **A Economia Política dos Signos**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 1996.

BAUDRILLARD, Jean. **Para uma crítica de economia política do signo**. Lisboa: Edições 70, 1972.

BAUDRILLARD, Jean. **Para uma crítica da economia política do signo**. Paris, Gallimard, 1972.

BONAVIDES, Paulo. **A constituição aberta: temas políticos e constitucionais da atualidade, com ênfase no federalismo das regiões**. 2ª ed. São Paulo: Malheiros, 1996.

BRASIL. **Consumo Sustentável**. MANUAL DE EDUCAÇÃO, 2005.

DOUGLAS, Mary. ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura do Consumo e Pós-Modernismo**. Trad. Júlio Assis Simões. São Paulo: Nobel, 1995.

FREUD, Sigmund. O mal-estar na civilização (1930). In: SALOMÃO, J. (Coord.). **Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud**. v. XXI. Rio de Janeiro: Imago, 1969-1980.

HORTA, Raul Machado. **O federalismo e o princípio da subsidiariedade**. Disponível em: <<http://www.grupos.com.br/blog/dbcaxanga/permalink/19187.html>>. Acesso em: 24 jan. 2018.

KEYNES, J.M. **A Teoria Geral do Emprego, do Juro e da Moeda**. 1ª ed. São Paulo: Atlas S.A, 1992.

MARX, Karl. **Grundrisse: manuscritos econômicos de 1857 – 1858 - esboços da crítica da economia política**. São Paulo: Boitempo, 2011a.

MASLOW, Abraham H. **Motivation and Personality**. 2ª ed. Nova York: Harper, 1970.

MEIRELLES, Hely Lopes. **Direito municipal brasileiro**. 9ª ed. São Paulo: Malheiros, 1997.

MODIGLIANI, Franco. Life Cycle, Individual Thrift and the Wealth of Nations. In: **American Economic Review**, 1986. vol. 3. Disponível em: <<https://www.aeaweb.org/journals/aer>>. Acesso em: 20 set. 2017.

OLIVEIRA, Ricardo Victalino de. **Federalismo assimétrico brasileiro**. Belo Horizonte: Arraes Editores, 2012.

RAMOS, Dircêo Torrecillas. **O federalismo assimétrico: unidade na diversidade**. Em: O federalista atual: teoria do federalismo. Belo Horizonte: Arraes Editores, 2013.

SOUZA JUNIOR, Cezar Saldanha. Autonomia municipal e subsidiariedade: competência constitucional do Município. **Revista da Procuradoria-Geral do Município de Porto Alegre**. Nº 20. Porto Alegre: CEDIM, 2006.

SLATER, Don. **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo: NBL Editora, 2001.

SLATER, Don. **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

SKINNER, Burrhus Frederic. **Ciência e comportamento humano**. Trad. João Carlos Todorov, Rodolfo Azzi. 11ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

TORRES, Sílvia Faber. **O princípio da subsidiariedade no direito público contemporâneo**. Rio de Janeiro: Renovar, 2001.

VEBLEIN, Thornstein. **A teoria da classe ociosa – um estudo econômico das instituições**. Trad. Olívia Krähenbühl. São Paulo: Ática, 1983.