

A ética no consumismo: reflexões sobre o pensamento de Zygmunt Bauman

Por Franklin Dos Santos Moura¹

Fecha de recepción: Julio de 2018
Fecha de aceptación: Noviembre de 2018

Resumo

O presente artigo teve por objetivo analisar a questão ética no consumismo, tendo como referência a visão do sociólogo Zygmunt Bauman. Para o alcance desse objetivo foi realizada uma revisão literária apresentando conceitos de ética, abordando as definições clássica, moderna e contemporânea, destacando a opinião dos principais autores de cada uma dessas épocas. Em seguida abordou-se a transição entre sociedade de produtores para sociedade de consumidores, além do consumo como atributo social, explorando as questões éticas da sociedade do consumo a partir das obras de Bauman.

Como resultado, foi possível identificar três aspectos que influenciam as questões éticas do consumo: (i) ilusão como estratégia de consumo; (ii) a desumanização no consumismo; e (iii) o impacto ambiental do consumismo. Para superar os três pontos citados, a avaliação realizada no presente artigo indica a necessidade de uma responsabilidade global, que segundo Bauman decisões locais não são mais suficientes, se os efeitos do consumo são globais, seja na economia, seja na sociedade, seja no meio ambiente.

Palavras chave

Ética; Zygmunt Bauman; Sociedade do Consumo, Consumismo; Responsabilidade planetária

¹ Doctorando en Ciencias Empresariales y Sociales – UCES. Mestre em Engenharia de Produção (UNIMEP-SP). Pós Graduado em Regulação de Serviços Públicos (UNYLEYA-DF), Direito Administrativo (UCAM-RJ), Auditoria Contábil e Planejamento Fiscal (UVV-ES), Gestão Financeira Controladoria e Auditoria (FGV-RJ), Ciências da Religião (UCAM-RJ). Graduado em Ciências Contábeis (Mackenzie Rio) e Filosofia (UNISUL-SC). Trabalha na Petrobras Distribuidora S.A. desde 2002, atuando nos últimos 11 anos como gestor em regulação de serviços públicos na distribuição de gás natural. Possui experiência de 10 anos como docente universitário nos cursos de Ciências Contábeis e Administração. Atuou também como assistente de Auditoria na PricewaterhouseCoopers e consultor empresarial prestando serviços ao SEBRAE-ES. Possui publicações acadêmicas e literárias. Correio eletrônico: prof.franklinmoura@yahoo.com.br

Resumen

El presente artículo tuvo por objetivo analizar la cuestión ética en el consumismo, teniendo como referencia la visión del sociólogo Zygmunt Bauman. Para el logro de ese objetivo se realizó una revisión literaria presentando conceptos de ética, abordando las definiciones clásica, moderna y contemporánea, destacando la opinión de los principales autores de cada una de esas épocas. A continuación se abordó la transición entre sociedad de productores a la sociedad de consumidores, además del consumo como atributo social, explorando las cuestiones éticas de la sociedad del consumo a partir de las obras de Bauman.

Como resultado, fue posible identificar tres aspectos que influyen las cuestiones éticas del consumo: (i) la ilusión como estrategia de consumo; (ii) la deshumanización en el consumismo; y (iii) el impacto ambiental del consumismo. Para superar los tres puntos citados, la evaluación realizada en el presente artículo indica la necesidad de una responsabilidad global, que según Bauman decisiones locales ya no son suficientes, si los efectos del consumo son globales, ya sea en la economía, ya sea en la sociedad, medio ambiente.

Palabras clave

La ética; Zygmunt Bauman; Sociedad del Consumo, Consumismo; Responsabilidad planetaria.

Abstract

This article aims to analyze the ethical issue in consumerism, having as reference the vision of sociologist Zygmunt Bauman. In order to reach this objective, a literary review was presented presenting concepts of ethics, addressing the classical, modern and contemporary definitions, highlighting the opinion of the main authors of each of these epochs. Next, the transition from producer society to consumer society was discussed, as well as consumption as a social attribute, exploring the ethical issues of the consumer society from the works of Bauman.

As a result, it was possible to identify three aspects that influence the ethical issues of consumption: (i) illusion as a consumption strategy; (ii) dehumanization in consumerism; and (iii) the environmental impact of consumerism. To overcome the three points cited, the evaluation carried out in this article indicates the need for a global responsibility, which according to Bauman local decisions are no longer sufficient, if the effects of consumption are global, whether in the economy, in society or in the environment.

Keywords

Ethic; Zygmunt Bauman; Consumer society, consumerism; Planetary responsibility.

Introdução

A sociedade em que vivemos, impulsionada pelas ações do homem, sofre constantes transformações, constituindo uma plataforma de convivência cada vez mais complexa entre os seres humanos. Com a globalização, avanços tecnológicos na saúde, lazer, comunicação e segurança, a ética, enquanto requisito para nortear a convivência, vem sendo modificada pelos diversos comportamentos que influenciam as relações na sociedade. Dentre tais comportamentos, ganham destaque o individualismo e o consumismo, ambos surgidos no século XX, e derivados da predominantemente da cultura capitalista.

O individualismo surge como consequência do medo, incerteza, insegurança e da percepção de que as oportunidades de se alcançar a felicidade são singulares, logo, a suficiência do eu, aliada ao relacionamento virtual, vem se tornando uma tendência de convivência social. Por outro lado, esse mesmo homem de repente se vê só e para justificar sua existência necessita de uma afirmação externa que pode ser representada de várias formas: estou no facebook logo existo, estou no twitter logo existo, tenho a roupa da moda, logo existo, e/ou sou visto de alguma forma por alguém e por isso existo. Obviamente existem outras formas, porém cabe destacar que muitas delas são derivadas da expressão “tenho algo, logo existo”.

Do outro lado dessa questão existe uma enorme massa industrial cujo objetivo é renovar esse ciclo de ter algo para ser alguém, pois do contrário, a satisfação do consumidor frearia a produção dos produtos e conseqüentemente faltaria o combustível necessário para girar a grande roda capitalista, que é a transferência de renda e a geração de lucro. Por isso, o presente artigo tem por objetivo analisar a questão ética no consumismo, utilizando para isso a opinião de Zygmunt Bauman, presente na obra “A ética é possível numa sociedade de consumidores?”.

Zygmunt Bauman (1925-2017) foi sociólogo, e professor emérito de sociologia nas universidades de Leeds e Varsóvia. Sua vasta obra contempla a análise e consequência das transformações sociais do século XX, apontando suas causas e tendências. Sobre a contextualização das transformações, opina Moura (2018):

Na medida em que a evolução projeta o homem e a sociedade, as organizações conseqüentemente recebem os frutos dessa transformação e por sua vez provoca o giro e retorno de um ciclo que move a economia, o meio-ambiente, criando e atendendo as necessidades das menores células sociais, chegando-se a individualidade do homem.

Tamanho movimento provocado pelas organizações coloca de um lado o homem consumidor e do outro o homem produtor ou trabalhador, ambos regidos pela predominante economia capitalista, numa sociedade acometida de tamanha dinâmica de mudanças, que acaba não tendo uma forma constante, sendo simplesmente uma sociedade líquida (p.46).

Ética: conceitos e opiniões

Na opinião de Cataneo (2008) a questão central da Ética consiste em responder a seguinte pergunta “Como devo agir perante os outros?”, uma vez que o homem vive em sociedade e convive com outros homens. Para fins deste artigo, visando compreender a evolução do conceito de Ética, serão apresentados e brevemente discutidos os aspectos clássico, moderno e contemporâneo.

No aspecto clássico, Sócrates, Platão e Aristóteles, considerados os pais da filosofia ocidental, foram selecionados como referência. Na opinião Cataneo (2008), no entendimento

de Sócrates “a ética estava ligada à ideia de que você só pratica o mal porque desconhece o erro. Ou seja, se você conhecer o que é certo, agirá sempre certo, em função do bem, e, logicamente, sempre evitará o errado, o mal.” (p.74). Na visão do pensador, na medida em que nos conhecemos, nos tornaremos mais virtuosos, e dessa forma quanto mais se conhece de si próprio, nos afastamos da possibilidade de cometer erros.

A ignorância, por outro lado, se mostra como a fonte dos vícios e erros. Para Platão, na visão de Cataneo (2008), “a teoria moral e reflexão ética significam a busca do bem” (p.98). Para esse pensador, a ideia do bem se torna a finalidade última do conhecimento, porém para alcançá-la é preciso controlar e conter os desejos, interesses, ambições, materialismo, os quais valorizam os benefícios imediatos percebidos pelo corpo e pelos sentidos. Na obra República, em destaque na Alegoria da Caverna, Platão desenvolveu com profundidade como o conhecimento é alcançado através da libertação das correntes da caverna onde repousa o homem-escravo com sua ignorância.

Aristóteles, com sua obra *Ética a Nicômaco* deixou grande legado para discussão e avanço das questões éticas. Para o pensador, que também considera a ética como a busca do bem, o caminho deveria passar pela construção das virtudes, o que se daria pela experiência vivida. Sobre a virtude na visão aristotélica, Cataneo (2008) afirma:

Para Aristóteles, a virtude pode e deve ser adquirida e desenvolvida pelo exercício. Podemos, então, cultivar a virtude através da nossa autonomia racional de escolher o que fazer e do hábito de praticar boas ações. (...) a virtude é consequência de nossa disposição, de nossa escolha racional, de nossa autonomia para praticar estas boas ações (p.106).

No aspecto modernista, que contemplou as novas discussões no período pós idade média, renascimento, revolução industrial e iluminismo, dentre muitos pensadores, Immanuel Kant e John Stuart Mill serão abordados no presente artigo. Segundo Cataneo (2009) “A reflexão ética na modernidade busca uma fundamentação para o agir e a moralidade centrada nos valores modernos, na racionalidade, na autonomia, na liberdade do homem em escolher e ser responsável pelas suas escolhas” (p.37). Nesse sentido, ainda na visão de Cataneo (2009), surgiram duas tendências éticas nesse período:

Ética Relativista, que admite uma multiplicidade de valores e códigos morais, afirmando que não há uma base objetiva e universal sobre a qual se possa erguer um sistema moral único, válido para todas as pessoas (...).

Ética Objetiva, que afirma ser possível estabelecer um conjunto de valores objetivos para os seres humanos. Defende a existência de valores morais universais, pois um sistema de valores não pode ser definido em função de quaisquer desejos subjetivos ou preferências arbitrárias de indivíduos ou grupos sociais (p.37).

Nota-se que a ética relativista reflete as consequências das mudanças comportamentais originadas com o racionalismo, iluminismo, que em ambos os casos passaram a questionar a maneira doutrinária de se comportar imposta pelos poderes dominantes na época, principalmente pela influência dogmática da igreja. Já na ética objetiva, percebe-se também um desprendimento dos comportamentos tradicionais até então empregados, no entanto propõe-se que haja algum mecanismo norteador para a “prática do bem”, ou seja, a ética, não deixando as decisões e comportamentos a deriva da diversidade de culturas existentes.

Immanuel Kant, percussor do lema “Liberdade, Igualdade e Fraternidade”, traz em sua reflexão ética a importância dos deveres para com o bem, independente do resultado que tal ação trará para o executor da ação. Nesse sentido, Cataneo (2009) afirma:

A moral Kantiana ameniza a importância do prazer, contentamento e felicidade e institui a moral dos deveres. Neste enfoque, mais importante do que a felicidade do indivíduo é agir por respeito ao dever, conforme uma boa vontade. Kant não diz que não tenhamos a obrigação e o direito de buscar e desejar a felicidade. Porém enfatiza com sua moralidade que devemos agir corretamente, independentemente do fato de sermos felizes, ou não (p.49).

O posicionamento kantiano segue a definição da ética objetiva, pois cria um ordenamento geral para nortear as ações do homem, reduzindo a arbitrariedade que poderia ser influenciada pela fraqueza do ser humano diante das paixões e vícios. A moral kantiana é definida como uma moral racional, porque procura o fundamento da moral, não na experiência, mas num princípio racional, o qual está relacionado a “boa vontade” do homem.

John Stuart Mill é o grande expoente da ética utilitarista, que na busca do bem, o homem deve medir em suas ações a sua respectiva utilidade e o prazer que será proporcionado.

Diferente de Kant, Mill entende que o homem deve ser recompensado pela prática do bem. Nesse sentido, Cataneo (2009) afirma:

Na ética de Mill, a utilidade é o critério que deve orientar a escolha da ação moral. Como bom utilitarista, o pensador londrino defende que toda ação moral deve visar à utilidade em vista da realização da felicidade. Nesta perspectiva, a felicidade – o maior bem que podemos almejar -, implica a ausência de dor e presença de prazer (p.73).

E complementa ainda Cataneo (2009):

Na ética utilitarista, as ações morais são avaliadas como corretas, ou não, na medida em que são meios úteis para alcançar a felicidade. São éticas na medida em que para além da realização da felicidade do indivíduo que as pratica, visem à felicidade do maior número possível de indivíduos. Realiza o “bom” e o “bem” a ação moral que produz a ‘maior’ felicidade para o ‘maior’ número de pessoas (p.74).

O enfoque social predominava nas reflexões éticas, e considerando o homem uma célula social, caso esse executasse a prática adequada em busca do bem (a ética), consequentemente acreditava-se que o resultado geral seria o alcance do bem a todos. Todavia, o crescimento populacional, a revolução industrial, o avanço tecnológico em diversas áreas, a distância das divisas políticas, dentre outros fatores, contribuíram para o estabelecimento de um complexo emaranhado de posições morais ou éticas. Afinal, o que era bom para um homem poderia não ser bom para outro, resultando no aparecimento da individualidade como posicionamento social de convivência. Nesse contexto, chegou-se a ética contemporânea.

No presente artigo, em meio a tantas opiniões construídas por diversos filósofos, sociólogos e antropólogos são apresentadas as reflexões éticas dos pensadores Jurgen Habermas e John Rawls com a finalidade de sintetizar o pensamento ético contemporâneo. Segundo Bartel (2011) para Habermas:

As regras morais são estabelecidas no interior da comunidade dos falantes, isto é, intersubjetivamente, procurando, dessa forma, o entendimento. Mas a ética

discursiva de Habermas não abandona um traço essencial da ética de Kant, cujas regras morais devem ser universalmente válidas (p.44).

Na visão de Habermas a finalidade ética será alcançada através do consenso e a comunicação é caminho crítico e necessário para alcançá-lo. Nesse contexto, Habermas criou a ética discursiva, onde o melhor argumento é o que terá maiores chances de atingir o consenso e não aquele que foi apresentado por alguém autoritariamente, isto é, utilizando-se do poder.

John Rawls contribuiu com a teoria da justiça como equidade, que segundo Bartel (2011) compreende:

Pretende estabelecer os princípios de justiça que serão pactuados e contratados entre pessoas racionais, livres e iguais na posição original sob o véu de ignorância. Essa equidade, da qual fala Rawls, consiste na adaptação dos princípios de justiça à situação concreta, observando-se os critérios de racionalidade, liberdade e igualdade (p.56).

Se por um lado Habermas acredita na ética discursiva, Rawls vê na teoria da justiça o caminho para a convivência ética, mas outra barreira se põe no caminho da ética: “o desenvolvimento humano”. Em meio a tantos conceitos observados ao longo da história, qual o limite ético no progresso científico sobre o desenvolvimento humano? Para Bartel (2011), quando se trata do desenvolvimento do ser humano, ou seja, “na compreensão do organismo vivo, o caminho a se seguir não seria mais o da ciência, que se orienta pela inteligência, mas se seguiria pela filosofia e pela ética, que se orientam por essa comunhão, uma filosofia da intuição” (p.110). Complementa ainda o autor:

A humanidade perfeita e completa seria aquela em que essas duas formas de atividade consciente (inteligência e intuição) atingissem seu pleno desenvolvimento. A evolução poderia ter gerado humanos ainda mais inteligentes ou mais intuitivos. Porém, não é esse o caso da nossa condição, pois, na humanidade de que fazemos parte, a intuição acha-se quase completamente sacrificada à inteligência (Bartel, 2011, p.111).

O cenário da ética contemporânea se faz ainda mais complexo quando se confrontam princípios morais e éticos com os avanços científicos nas áreas da cibernética e genética.

Porém, o objetivo do presente artigo é analisar a ética no fenômeno (também contemporâneo) chamado “consumismo”, este por sua vez um comportamento despertado pela consequência do posicionamento de um ordenamento econômico e político que predomina em todo mundo, o capitalismo.

Até o presente momento foi possível observar resumidamente a evolução das reflexões éticas ao longo dos períodos clássico, moderno e contemporâneo. No primeiro, ganha destaque o posicionamento aristotélico sobre a busca do bem através da experiência e alcance da virtude. No período moderno apresentou-se na visão de Kant a prática da boa vontade acima dos desejos e paixões e dos benefícios próprios. Abordou-se também o utilitarismo de Mill, que utiliza o pensamento kantiano como base, porém acrescenta a necessidade de alcance da felicidade como objetivo ético tanto para quem pratica a ação quanto para quem a recebe.

No período contemporâneo, a influência racional e iluminista do período moderno foi predominante e apresentou-se o conceito de ética discursiva de Habermas, na qual a comunicação e o consenso são elementos imprescindíveis para o bem comum. John Rawls, sem discordar de Habermas, e utilizando o conceito de autonomia de Kant, trouxe a teoria do dever (deontologia), que através da formulação da justiça, seria o ordenamento necessário para alcance do bem comum. Ainda no aspecto contemporâneo, discutiu-se brevemente a questão ética existente na dualidade entre “desenvolvimento humano e progresso científico”.

Diante do exposto até aqui nota-se que independente da época, a ética sempre refletiu a busca pelo bem, e nesse sentido, Chauí (2008) ao analisar o sentido da palavra “ética” indica:

Éthos, escrita com a vogal longa, significa costume; porém, se escrita com a vogal breve, éthos, significa caráter, índole natural, temperamento, conjunto das disposições físicas e psíquicas de uma pessoa. Nesse segundo sentido, éthos se refere às características pessoais de cada um, as quais determinam que virtudes e que vícios cada indivíduo é capaz de praticar. A filosofia moral ou a ética nasce quando, além das questões sobre os costumes, também se busca compreender o caráter de cada pessoa, isto é, o senso moral e a consciência moral individuais (p.310).

Da individualidade à coletividade, dos princípios norteadores do certo e do errado (bem ou mal) sejam eles legais (justiça) ou sociais (costumes) até o sofrimento pela ausência de consenso, a virtude como consciência humana para praticar o bem vem sendo substituída pelo poder aquisitivo. Dessa forma, exercer o alcance do poder aquisitivo produz uma satisfação individual e por isso confunde-se com a prática do bem. Esse comportamento remete a dedicação da vida para o consumo, que será abordado no próximo item.

O consumismo como atributo social

Porque devo trocar de carro de tempos em tempos? Porque devo renovar a frota de aparatos eletrônicos que já são extensão dos membros do corpo? Porque preciso exibir o que tenho ao invés daquilo que sou? Tais questões e outras remetem a reflexão sobre um ponto extremamente relevante, afinal essa necessidade de adquirir surge no homem ou é provocada pelo meio em que ele vive? Em épocas passadas era comum observar uma família atravessar gerações vivendo na mesma casa ou propriedade e também conservando o automóvel quase como membro vitalício, além de relações de trabalho serem praticamente singulares durante toda a carreira.

Será que não havia satisfação naquela época? Acredita-se que sim, pois se preocupava em maior escala na transmissão de tradições e valores familiares e os bens de consumo eram secundários pois primeiramente não eram alvo de comparação e tampouco exclusão ou inclusão social. Assim, sociologicamente esse contexto foi registrado como a transformação da sociedade de produtores em sociedade de consumidores, a qual teve como resultado a transformação do ser humano em mercadoria. Nesse sentido, Bauman (2008) indica:

Os colegas de ambos os sexos que expõem suas qualidades com avidez e entusiasmo na esperança de atrair a atenção para eles e, quem sabe, obter o reconhecimento e a aprovação exigidos para permanecer no jogo da sociabilidade; os clientes potenciais com necessidade de ampliar seus registros de gastos e limites de crédito para obter um serviço melhor; os pretensos imigrantes lutando para acumular pontuação, como prova de existência de uma demanda por seus serviços, para que seus requerimentos sejam levados em consideração – todas as três categorias de pessoas, aparentemente tão distintas, são aliciadas, estimuladas ou forçadas a promover uma mercadoria atraente e desejável. Para tanto, fazem o

máximo possível e usam os melhores recursos que têm à disposição para aumentar o valor de mercado dos produtos que estão vendendo. E os produtos que são encorajadas a colocar no mercado, promover e vender são elas mesmas (pp. 12-13).

No consumismo, segundo Moura (2014) prevalece a máxima “Compro, logo existo!”, pois, mesmo que momentaneamente, representa o posicionamento do ser consumista. Antes de avançar, porém, cabe contextualizar a transformação da sociedade de produtores em consumidores. Nesse sentido, Bauman (2008) define:

A sociedade de produtores, principal modelo societário da fase “sólida” da modernidade, foi basicamente orientada para a segurança. Nessa busca, apostou no desejo humano de um ambiente confiável, ordenado, regular, transparente e, como prova disso, duradouro, resistente ao tempo e seguro. Esse desejo era de fato uma matéria-prima bastante conveniente para que fossem construídos os tipos de estratégias de vida e padrões comportamentais indispensáveis para atender à era do “tamanho é poder” e do “grande é lindo”: uma era de fábricas e exércitos de massa, de regras obrigatórias e conformidade às mesmas, assim como de estratégias burocráticas e panópticas de dominação que, em seu esforço para evocar disciplina e subordinação, basearam-se na padronização e rotinização do comportamento individual. (...) Na era sólido-moderna da sociedade de produtores, a satisfação parecia de fato residir, acima de tudo, na promessa de segurança a longo prazo, não no desfrute imediato dos prazeres (pp.42-43).

Nota-se nessa definição que a solidez e a estabilidade destacavam-se como elementos para proporcionar a satisfação. Para alcançá-los vislumbrava-se acumular patrimônio através do trabalho, e na medida em que se conseguia, aos poucos a vitrine social iria se consolidando. Tais realizações também incluíam a constituição de família, onde quanto mais numerosos fossem os filhos, maiores seriam as chances de perpetuidade da segurança. No entanto, com o passar dos anos, o prazer que antes era consequência de uma vida estável passou a ser premissa para uma vida limitada, breve. Essa transformação comportamental não ocorreu por acaso, mas sim foi impulsionada pela massificação da mídia, o que permitiu o desenvolvimento capitalista, alcançando a sociedade de consumidores, onde afirma Bauman (2008):

O valor mais característico da sociedade de consumidores, na verdade seu valor supremo, em relação ao qual todos os outros são instados a justificar seu mérito, é

uma vida feliz. A sociedade de consumidores talvez seja a única na história humana a prometer felicidade na vida terrena, aqui e agora e a cada agora sucessivo. Em suma, uma felicidade instantânea e perpétua (p.60).

Se ao consumir, alcança-se a felicidade para si, consumir se tornou uma virtude na sociedade dos consumidores. O exercício dessa virtude é um caminho árduo, pois não basta fazê-lo uma só vez, mas sempre que surgir um espaço vazio no ser humano, o qual será preenchido por uma nova compra. Instaura-se, portanto o consumismo como comportamento e forma de ser nos dias atuais. Sobre esse consumismo, Bauman (2008) opina:

(...) é um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes e, por assim dizer, “neutros quanto ao regime”, transformando-os na principal força propulsora e operativa da sociedade, uma força que coordena a reprodução sistêmica, a integração e a estratificação sociais, além da formação de indivíduos humanos, desempenhando ao mesmo tempo um papel importante nos processos de auto-identificação individual e de grupo, assim como na seleção e execução de políticas de vida individuais. O consumismo chega quando o consumo assume o papel-chave que na sociedade de produtores era exercido pelo trabalho. (...) De maneira distinta do consumo, que é basicamente uma característica e uma ocupação dos seres humanos como indivíduos, o consumismo é um atributo da sociedade (p.41).

Se por um lado existe a sociedade de consumidores, do outro lado a indústria do consumo é a principal interessada na perpetuidade do consumismo. A satisfação em adquirir algo não está relacionada a durabilidade do bem, mas em como o consumidor será reconhecido no meio em que vive por adquiri-lo. Logo, como a durabilidade pode ser curta, a indústria do consumo mantém incansável o ciclo de planejamento, lançamento e obsolescência de produtos no mercado, abrangendo todas as áreas perceptíveis ao ser humano.

Aliado a esse ciclo, essa indústria realiza segregações das classes de consumidores procurando fidelizar os mais rentáveis e promover a ascensão dos potenciais, tendo como consequência a exclusão daqueles indivíduos que não se enquadram em nenhuma das classes. Nesse sentido, complementa Bauman (2008):

Novas necessidades exigem novas mercadorias, que por sua vez exigem novas necessidades e desejos; o advento do consumismo augura uma era de

“obsolescência embutida” dos bens oferecidos no mercado e assinala um aumento espetacular na indústria da remoção de lixo (p.45).

Até aqui se pode observar que a promessa de felicidade, ao ganhar espaço na vida terrena através do consumismo, tornou-se um atributo social. A consequência é o perpétuo consumir proporcionando um fluxo incessante de transferência de renda, movimentando, senão sustentando, a indústria mundial e colocando em segundo plano aspectos relacionados a humanização das relações, o impacto ao meio-ambiente e outros. A análise ética desse posicionamento, ou seja, do consumismo, será abordado no próximo item.

Para realização dessa análise, as reflexões de Bauman serão divididas nos seguintes aspectos: a ilusão como estratégia de consumo; a desumanização no consumismo; o impacto ambiental do consumismo; e a ética na sociedade de consumidores.

A ilusão como estratégia de consumo

Sobre a ilusão como estratégia de consumo, Bauman (2008) afirma:

A curta expectativa de vida de um produto na prática e na utilidade proclamada está incluída na estratégia de marketing e no cálculo dos lucros: tende a ser preconcebida, prescrita e instilada nas práticas dos consumidores mediante a apoteose das novas ofertas (de hoje) e a difamação das antigas (de ontem). (...) A sociedade de consumidores é impensável sem uma florescente indústria de remoção de lixo (p.31).

E complementa o mesmo autor:

E por fim, num mundo em que uma novidade tentadora corre atrás da outra a uma velocidade de tirar o fôlego, num mundo de incessantes novos começos, viajar esperançoso parece mais seguro e muito mais encantador do que a perspectiva da chegada: a alegria está toda nas compras, enquanto a aquisição em si, com perspectiva de ficar sobrecarregado com seus efeitos diretos e colaterais possivelmente incômodos e inconvenientes, apresenta uma alta probabilidade de frustração, dor e remorso. (...) Tal como o fetichismo da mercadoria que assombrava a sociedade de produtores, o fetichismo da subjetividade que

assombra a sociedade de consumidores se baseia, em última instância, numa ilusão (p.28-29).

Tendo como premissa que a felicidade sempre estará ao alcance da próxima compra, a ilusão como estratégia, é uma característica da indústria do consumo, pois do contrário não seria possível renovar a onda consumista. Por exemplo, é preciso num primeiro momento convencer o consumidor a identificar-se com seu produto e sua marca alcançando neles a satisfação necessária. Num segundo momento, resta fidelizá-lo com a breve renovação ou substituição dos produtos, procurando destacar os benefícios da nova aquisição contra a ausência de prazer no bem adquirido.

A desumanização no consumismo

Sobre a desumanização, afirma Bauman (2011):

O consumismo é um produto social, e não o veredicto inegociável da evolução biológica. Não basta consumir para continuar vivo se você quer viver e agir de acordo com as regras do consumismo. Ele é mais, muito mais que o mero consumo. (...) Acima de tudo, o consumismo tem o significado de transformar seres humanos em consumidores e rebaixar todos os outros aspectos a um plano inferior, secundário, derivado (p.83).

Alguns exemplos específicos poderiam ilustrar tal desumanização, sendo um deles procurar antídoto para o estresse de uma discussão numa volta no shopping mais próximo ou num aconchegante bar. Isso significa dizer que num primeiro momento o remédio natural será talvez comprar ou consumir algo e depois pensar no problema.

Um caso famoso e de grande repercussão foi quando em meio a crise pelo ataque terrorista que derrubou as torres gêmeas em 2001, o presidente George W. Bush disse em ampla rede nacional aos americanos que voltassem às compras, ou seja, voltasse a normalidade (Bauman, 2011). Outro ponto é a disputa pelo melhor lugar no ranking do consumo que leva as pessoas a travarem verdadeiras disputas ambiciosas para alcançar o objetivo. O ser humano não é reconhecido pelo que é, mas pelo que tem naquele momento, visto que o TER é uma condição temporária do consumismo.

O impacto ambiental do consumismo

Sobre a questão ambiental, argumenta Bauman (2008):

Para atender a todas essas novas necessidades, impulsos, compulsões e vícios, assim como oferecer novos mecanismos de motivação, orientação e monitoramento da conduta humana, a economia consumista tem de se basear no excesso e no desperdício. A possibilidade de conter e assimilar a massa de inovações que se expande de modo incessante está ficando cada vez mais reduzida – talvez nebulosa. Isso porque, para manter em curso a economia consumista, o ritmo de aumento do já enorme volume de novidades tende a ultrapassar qualquer meta estabelecida de acordo com a demanda já registrada. Na economia consumista, a regra é que primeiro os produtos apareçam (sendo inventados, descobertos por acaso ou planejados pelas agências de pesquisa e desenvolvimento), para depois encontrar suas aplicações (p.53).

Computadores, telefones, televisores, roupas, recipientes vazios, são cada vez mais crescentes nos descartes superando os materiais orgânicos até então normais. Qual o destino? Mesmo que haja campanhas de doações nas diversas vertentes fraternais da corrente do bem, a injeção diária de lixo não aproveitado, não reciclado, representa o desperdício de um recurso cada vez mais escasso nos dias atuais, a energia.

Quanta energia é necessária para produzir desde um sapato até um carro? Qual a dimensão da degradação ambiental em razão da contínua produção que consome em muito dos casos energia de fonte não renovável? Tais perguntas não serão respondidas no presente artigo, porém tem o papel de acentuar o potencial impacto ambiental advindo do consumismo. Por fim, destaca Bauman (2008):

Além de ser um excesso e um desperdício econômico, o consumismo também é, por essa razão, uma economia do engano. Ele aposta na irracionalidade dos consumidores, e não em suas estimativas sóbrias e bem informadas; estimula emoções consumistas e não cultiva a razão. Tal como ocorre com o excesso e o desperdício, o engano não é um sinal de problema na economia do consumo. Pelo contrário, é um sintoma de sua boa saúde e de que está firme sobre os trilhos, é a marca distintiva do único regime sob o qual a sociedade de consumidores é capaz de assegurar sua sobrevivência. O descarte de sucessivas ofertas de consumo das quais se esperava (e que prometiam) a satisfação dos desejos já estimulados e de

outros ainda a serem induzidos deixa atrás de si montanhas crescentes de expectativas frustradas (p.65).

Em complemento ao pensamento de Bauman, é possível entender que não se tem apenas uma montanha crescente de lixo não só abrangendo expectativas frustradas, mas também ocupação territorial e poluição do meio-ambiente.

A possibilidade da ética numa sociedade de consumidores

Qual a reflexão ética que precede o contexto atual do consumismo? Bauman (2011) propõe duas definições, sendo a primeira “Incerteza é o hábitat da vida humana – muito embora o motor das buscas do homem seja a esperança de escapar da incerteza” (p.24). Em relação a segunda definição, apresenta Bauman (2008):

Do mesmo modo que o conhecimento do bem e do mal gera o indivíduo potente e estanca a necessidade de um guia moral, o conhecimento da mortalidade dispara o desejo pela transcendência, que assume uma de duas formas: a ânsia de forçar a vida, admitidamente transitória, a deixar traços mais duradouros do que aqueles que os deixam, ou o desejo de provar este lado do limite das experiências “mais fortes do que a morte” da vida transitória (p.9).

A partir dessas reflexões infere-se que o homem, absorvido de incerteza, vem optando pelo desejo de provar intensamente os prazeres da vida transitória, sendo essa a marca do consumismo presente na sociedade. Resta avaliar que denominação se daria a quem fornece as ilusões para curar momentaneamente as incertezas, ou seja, a indústria do consumo. Se consumir instaurou-se como virtude, buscar o prazer imediato substituiu o uso da razão, prevalecendo a cristalina manipulação dos objetos de mercado: os consumidores. Nesse sentido, afirma Bauman (2011):

Vivemos hoje numa sociedade global de consumidores, e os padrões de comportamento de consumo só podem afetar todos os outros aspectos de nossa vida, inclusive a vida de trabalhadores e de família. Somos todos pressionados a consumir mais, e, nesse percurso, nós mesmos nos tornamos produtos nos mercados de consumo e de trabalho (pp. 64-65).

Quando se apresenta a pergunta “A ética é possível num mundo de consumidores?” a resposta no contexto atual tende a ser negativa, pois numa economia globalizada e repleta de relações globalizadas, os reflexos da indústria do consumo e da sociedade consumista trazem impactos onde sempre haverá alguém perdendo.

No aspecto ambiental, a degradação dos recursos naturais e o desperdício de energia representam um passivo de longo prazo para essa e as gerações futuras. No aspecto social, a exclusão de quem não consegue manter o ritmo de consumir e a segregação de classes de consumo, criam comunidades fechadas e barreiras para entrarem e saírem delas (Moura, 2014).

Diante disso surge um ponto paradoxal, pois mesmo num mundo globalizado, as relações estão limitadas a comunidades assemelhadas pelo perfil de seus participantes. Como implantar um ordenamento que instaure a ética nos moldes globais? Não é por acaso que lidar com a globalização constitui o desafio ético dos dias atuais, segundo Bauman (2011).

Sobre lidar com a citada globalização, afirma Bauman (2011):

Seja qual for o sentido de “globalização”, ela significa que somos todos dependentes uns dos outros. Distâncias importam pouco, agora. Qualquer coisa que ocorra localmente pode ter conseqüências globais. Com os recursos, as ferramentas técnicas e o know-how que os seres humanos adquiriram, suas ações podem alcançar enormes distâncias de espaço e tempo (p.77).

E complementa Bauman (2011): “A questão não é como fazer o rio da história retroceder, mas como lutar contra sua poluição pela miséria humana, como canalizar seu fluxo para conquistar uma distribuição mais equitativa dos benefícios por ele carregados” (p.81). A miséria humana não reflete apenas a ausência de riqueza material, mas compreende também o estado dependente em que se encontra a sociedade, em especial a sociedade de consumidores. No passado, o racionalismo (iluminismo) surgiu como forma de libertação do homem junto a predominância dogmática advinda da religião que dominava a política, economia, educação e a ciência.

O homem então iniciou sua jornada através do “Penso logo existo” de Descartes e evoluiu extraordinariamente até repousar no século XX nas mãos de outra força invisível, dessa vez, da máquina do capitalismo. Como resposta a esse cenário faz-se necessário um novo ordenamento ético que contemple meio ambiente, medicina, educação, tecnologias, e outras, sem esquecer o homem como personagem que interage em todas essas áreas. Em relação a essa resposta opina Bauman (2011):

Uma resposta efetiva à globalização só pode ser global. A sorte de uma resposta global depende da emergência e do assentamento de uma arena política global (distinta de um foro internacional ou inter-Estados). É essa arena que hoje falta do modo mais flagrante. Os atores globais existentes estão individualmente pouco dispostos a montá-la (p.82).

Na visão de Bauman (2011), a ética será recuperada através da aplicação da lógica da responsabilidade planetária. Não serão decisões locais que trarão o bem-estar interligado. Não serão decisões continentais que restabelecerão o equilíbrio global. É necessário na visão de Bauman (2011):

O reconhecimento do fato de que todos nós, que compartilhamos o planeta, dependemos uns dos outros para nosso presente e nosso futuro; de que nada que fazemos ou falhamos ao fazer é indiferente para o destino de qualquer outra pessoa; e que já não podemos, nenhum de nós, buscar e encontrar abrigos privados para tempestades originadas em qualquer parte do globo (p.35).

De uma forma geral, o consumismo representa um comportamento, um atributo social, onde o indivíduo não está em primeiro plano, mas sim o que esse pode oferecer em termos econômicos. Notou-se pelas análises brevemente realizadas nas obras de Bauman, que a ética, enquanto prática virtuosa em busca do bem, é afetada por diversos fatores presentes na sociedade de consumidores.

São alguns deles: garantir a ilusória e temporária certeza de felicidade; a desumanização do ser humano diminuindo sua capacidade racional diante da cega necessidade de consumir (compro, logo existo) e ser um elemento individualizado; e o descaso diante do desperdício econômico e degradação constante do meio-ambiente como origem dos recursos.

Por fim, considerando que a prática consumista é global, o restabelecimento da ética necessitaria de uma ação de alcance também global, ou seja, algo que reflita a responsabilidade planetária, a qual depende da “boa vontade” (premissa ética) da máquina capitalista e seus operadores. Entende-se que para alcançar tal objetivo, diante das inúmeras limitações e dificuldades mencionadas, seria o caso conciliar a ética discursiva de Habermas em busca do consenso com a teoria do dever de John Rawls, sem perder de vista o caráter utilitarista de Stuart Mill.

Conclusão

O presente artigo inicialmente apresentou a evolução do conceito de ética através dos períodos clássico, moderno e contemporâneo. Foi possível observar que em todos os períodos, quando se pensou em ética, prevaleceu a busca do bem-estar, alterando a forma de alcançá-lo.

Na sequência, as reflexões foram sobre o consumismo, com base na opinião de Zygmunt Bauman, que o considera um atributo social. Neste tópico, foi possível observar as razões e consequências da transformação da sociedade de produtores em sociedade de consumidores, de onde tomou forma o consumismo como necessidade do homem para seu posicionamento social e sobrevivência.

A análise ética do consumismo, na visão de Bauman, demonstrou que a sociedade de consumidores possui situações problemáticas a serem tratadas, sendo elas: a ilusão como estratégia de consumo; a desumanização do homem no consumismo; o impacto ambiental advindo da indústria do consumo; e a dificuldade de tratar tais questões num ambiente globalizado.

Como proposta, Bauman indica que a solução passaria pelo estabelecimento da responsabilidade planetária, com alcance global e não apenas a uma ou outra localidade. O possível caminho para atingir tal objetivo acredita-se contemplar uma alternativa que passaria pela conciliação das diretrizes éticas de pensadores citados no presente artigo, como Stuart Mill (utilitarismo), Habermas (ética discursiva) e John Rawls (teoria do dever), onde a análise dessa possível conciliação consolida-se como indicação e sugestão para futuras investigações.

Referências

- Bauman, Z. (2001). *A sociedade individualizada: vidas contadas e histórias vividas*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bauman, Z. (2007). *Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadorias*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bauman, Z. (2008). *A ética é possível num mundo de consumidores?*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bauman, Z. (2010). *44 cartas ao mundo líquido moderno*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bartel, M. R. (2011). *Ética contemporânea*. Palhoça: Unisul Virtual.
- Cataneo, M. E. (2008). *Ética clássica*. Palhoça: Unisul Virtual.
- Cataneo, M. E. (2009). *Ética Moderna*. Palhoça: Unisul Virtual.
- Chauí, M. (2008). *Convite a filosofia*. São Paulo: Ática.
- Moura, F. S. (2014). *A ética no consumismo: reflexões sobre o pensamento de Zygmunt Bauman*. (Trabalho de Conclusão de Curso). – Universidade do Sul de Santa Catarina - UNISUL, Palhoça
- Moura, F. S. (2018). *Sociedade do rendimento: reflexões a partir de uma abordagem conceitual*. *Revista de Ciencias Empresariales y Sociales*, 01(01), 42-60. Recuperado de <http://publicacionescientificas.uces.edu.ar/index.php/empresarialesysociales/article/view/470>