

---

# CONSUMISMO E A NOVA ÉTICA AMBIENTAL: Uma conflituosa relação

**Mateus de Oliveira Fornasier**

---

Docente em Direito Ambiental, História do Direito, Teoria Geral do Direito, Direito da Propriedade Intelectual, Direito Civil e Sociologia do Direito. Doutorando em Direito Público pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Mestre em Desenvolvimento e Especialista em Direito Ambiental pela Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (UBIJUI/RS).  
End. Eletrônico: mateus.fornasier@gmail.com

## RESUMO

Busca-se apresentar o conflito entre consumo e efetivação de uma ética que possibilite o respeito para com a natureza. Primeiramente é delineado o histórico das relações entre o homem e a natureza, desde a consideração da natureza como sagrada até a atual proposta da visão da natureza como projeto, sendo propostas novas considerações éticas, nas quais o princípio da frugalidade harmoniza consumo e preservação. Após, analisam-se as transformações sociais a partir da metade do século XX, emergindo a sociedade de consumo. Estuda-se também a teoria do consumo conspícuo, demonstrando-se que, além das influências heterônomas, há a propensão humana a consumir o supérfluo. Por último, demonstra-se já haver tecnologia suficiente para proporcionar conforto sem agravar a crise ambiental – porém, ações em prol de grandes interesses privados em âmbito público, aliados à sedução midiática, fazem com que não se adotem mudanças capazes de acabar com o conflito consumo-natureza.

**Palavras-chave:** Ética ambiental. Sociedade de consumo. Consumo conspícuo. Sedução midiática.

*CONSUMERISM AND THE NEW ENVIRONMENTAL  
ETHICS: A rowdy relationship*

**ABSTRACT**

*We seek to present the conflict between consumption and execution of an ethic that enables respect for nature. Firstly, we outlined the history of the relationship between man and nature, from the consideration of nature as sacred to the current proposal of the vision of nature as a project. New ethical considerations are proposed, in which the principle of frugality approximates consumption and preservation. After that, we analyze the social changes since the mid-twentieth century, such as the emerging consumer society. It also considers the theory of conspicuous consumption, demonstrating that beyond heteronomous influences, there is the human propensity to consume superfluous. Finally, it is demonstrated that there is enough technology to provide comfort without aggravating the environmental crisis - however actions in favor of large private interests in the public sphere, coupled with media seduction, cause a non adoption of changes, which could end the conflict consumption x nature.*

**Key words:** *environmental ethics; consumer society; conspicuous consumption; seductive media.*

## 1 INTRODUÇÃO

As recentes transformações no ambiente e na sociedade, decorrentes principalmente da racionalidade científica e tecnológica, visando à lucratividade, pouco levando em consideração o bem-estar e a qualidade de vida do ser humano – sendo aqui bem-estar e qualidade de vida entendidos como noções que vão além do excesso de posses e do consumo – têm levado a constatações de que uma nova ética e uma nova racionalidade devem ser desenvolvidas.

Teoricamente têm sido notados novos conceitos, pesquisas científicas e mudanças políticas e legislativas relevantes acerca da matéria desde as últimas décadas do século XX – e, por que não dizer, relevantes mudanças de postura de sociedades e indivíduos no mundo todo no que tange às questões da importância do ambiente, sua conservação e preservação. Acadêmicos dos mais variados campos do conhecimento têm abordado a questão da importância de se considerar o indivíduo parte do ambiente e a influência do ambiente como parte fundamental do indivíduo, bem como em evitar (ou retroceder) o processo de reificação pura e simples do entorno ou ainda (conforme diriam economistas) a importância em se deixar de considerar o ambiente mera externalidade do processo produtivo.

Apesar de tantos avanços consideráveis, porém, saltam aos olhos a crescente degradação natural, o surgimento de novas doenças (ou o ressurgimento potencializado de velhas mazelas conhecidas), enfim, o processo de aquecimento global e a pouca importância dada pelos governos à questão<sup>1</sup>. Também espanta saber que a tecnologia necessária para que o processo de aquecimento global seja controlado (ou mitigado, pelo menos) já existe e é possível de ser utilizada, sendo necessárias para isso mudanças políticas – que os governos passem a incentivar a difusão de tais tecnologias em vez de continuarem a fazê-lo com tecnologias que vêm a agravar ainda mais questões da problemática ambiental, dentre elas o efeito estufa, o que depende principalmente do processo eleitoral pela sociedade, já que são os cidadãos das democracias que escolhem quem os irá governar e promulgar as leis necessárias à mudança.

Por que isso se dá dessa forma, estando, de um lado, constatações

---

<sup>1</sup> Basta analisar a recente Medida Provisória n. 458/2009, aprovada em 03 de junho do mesmo ano pelo Congresso Nacional, apenas para se ter um exemplo recente e local do quão desimportante é a preservação do meio ambiente natural no Brasil, quando se usa como fiel da balança entre desenvolvimento e crescimento econômico a soberania sobre a Amazônia.

sérias da problemática ambiental, cominadas com a possibilidade plausível de resolução (ao menos na teoria), enquanto, de outro lado, ainda se notam atitudes insensíveis para com essa mesma problemática por parte da maioria dos indivíduos?

O presente texto traz ao diálogo acerca do ambiente a hipótese de que a sensibilização (ou a conscientização) dos próprios indivíduos para que possam vir a consumir de maneira razoável para que, além de se evitar o esgotamento de recursos naturais, o ambiente não venha a se deteriorar e os ciclos naturais não se desregulem a ponto de tornar extremamente dificultosa a vida, sofre dois tipos de influências complementares: o primeiro refere-se ao âmbito externo, sendo representado pela manipulação que o mercado, principalmente através da sedução midiática, produz no indivíduo, sendo também o Poder Público responsável por isso justamente por permitir que as leis que imperam na sociedade e as políticas que buscam organizá-la sofram a influência capital dos interesses do mercado.

O segundo tipo de influência refere-se ao próprio âmbito interno do indivíduo – seria natural do indivíduo estimar a si próprio de acordo com aquilo que consome. Far-se-á um estudo do consumo do supérfluo como uma característica de suma importância ao ser humano, tendo em vista que através dessa prática o indivíduo se sente digno. Tal característica teria acompanhado o ser humano desde os primórdios da civilização, estando tão inserida na vivência humana que se torna regra a impedir a exceção que seria dar uma importância maior à sensibilidade ambiental.

O primeiro momento do presente trabalho se propõe a traçar um histórico das relações entre o homem e a natureza do advento da modernidade até a atualidade: da “natureza como objeto”, passando-se pela “natureza como sujeito”, chegando-se à proposta da “natureza como projeto”. Para tal, sugere-se uma nova ética, guiada pelo bom senso na utilização dos recursos naturais, principalmente através do comedimento no consumo.

A seguir, argumenta-se acerca do consumo – satisfação de necessidades – e da sedução. O indivíduo é apresentado como presa de sistemas heterônimos definidores de suas necessidades, que também o aprisionam dentro de uma lógica calcada no consumo insaciável. Essa lógica apresenta-se na simbologia que os bens passam a representar quando se tornam mercadorias e na sedução que o próprio sistema opera de maneira ora sub-reptícia, ora escancarada, na mente do indivíduo exposto à mídia.

A terceira parte do presente artigo busca analisar o caráter

intrínseco do consumo na essência do indivíduo e da própria socialização humana, através da teoria vebleniana do consumo conspícuo. O consumo do supérfluo é descrito não apenas como algo de valor heteronimamente definido, mas também como característica essencial do próprio homem, não importando a qual classe social pertença.

Busca-se analisar, no quarto momento, que a questão da substituição de práticas que vêm a agravar o problema do efeito estufa e, conseqüentemente, do aquecimento global e seus efeitos, é tecnologicamente possível. No entanto, interesses de agentes econômicos poderosos interferem para que as decisões políticas que possibilitariam a efetivação de uma troca de velhas tecnologias problemáticas (no tocante ao efeito estufa) pelas solucionadoras não seja viabilizada.

## **2 DA NATUREZA COMO OBJETO À NATUREZA COMO PROJETO: A NOVA ÉTICA PARA A PRESERVAÇÃO AMBIENTAL**

A história das relações entre homem e natureza evoluiu em três eras<sup>2</sup>: a natureza divinizada, a natureza explorada e a natureza reivindicadora – ou, conforme François Ost<sup>3</sup>, natureza explorada como natureza-objeto, e natureza reivindicadora como natureza-sujeito.

A primeira dessas fases inicia-se com a crença mitológico-religiosa dos antigos e se estende até um “antropocentrismo romântico”, quando a capacidade humana de transformar a natureza era ainda limitada, forçando-o mais a suportar o constrangimento imposto pelo meio do que de utilizá-lo literalmente como objeto. De acordo com Peter Singer<sup>4</sup>, tal antropocentrismo coloca o homem na posição de senhor do seu entorno, potente e permitido de gozar dele como melhor lhe aprouver – mas a relação do homem para com a natureza ainda é harmônica no primeiro momento do antropocentrismo: o homem seria o seu senhor e seu responsável. Também não havia, ainda, anseios e tecnologias capazes de fazer com que o ambiente fosse tão transformado pelo homem, além de haver naqueles idos o caráter sagrado e de uso juridicamente coletivo da natureza.

Já o segundo momento inicia-se com o advento do materialismo racional da modernidade, quando se evolui da posição de dominação

<sup>2</sup> BACHELET, 1995, *passim*.

<sup>3</sup> OST, 1995, *passim*.

<sup>4</sup> SINGER, 2000, p. 42 e ss.

simples até a destruição em prol dos interesses do homem, surgindo, com Descartes, o dualismo entre o *cogito* (humano) e a natureza (onde não há o primeiro) transformável<sup>5</sup>. A partir daí, passa-se a considerar a natureza como objeto para concretizar a liberdade almejada pelo homem. A ciência passa a ser utilizada para o desenvolvimento das técnicas de conhecer, dominar e, por fim, aperfeiçoar a natureza – aperfeiçoar para o melhor uso do homem.

O instituto da propriedade privativa do natural é trazido ao mundo jurídico – contraposta à coletiva, que era praticamente um usufruto da natureza, posta em prática e justificada pela tradição até o advento da modernidade. Some-se a isso a crescente supremacia da exploração econômica e tem-se que a natureza, que antes da modernidade é protegida por diversos estatutos (como no caso dos pastos e bosques comunais pelo instituto da inalienabilidade), passa a ser perfeita e totalmente explorável sob os direitos da liberdade, igualdade e propriedade. Até mesmo os seres vivos se tornam objetos da propriedade (via patentes), pois há interesses políticos e econômicos na utilização da técnica perante tais seres.

Ocorre também a contratualização do direito do ambiente, que muitas vezes tem como escopo melhorar a gestão (quase sempre ineficiente) do Poder Público, mas que também é meio pelo qual se busca suavizar os rigores da lei. Há quem pregue (neoliberais) a privatização total da natureza, sendo efetivada a sua proteção através do mercado, da propriedade e da responsabilidade que pressupõem tais elementos constituiriam a fundamentação de tal. Essa privatização total da natureza geraria todo um novo ciclo natural para manter a propriedade, como plantações e criatórios para obtenção da alimentação da fauna silvestre a ser preservada de maneira privativa, por exemplo.

Oposta à visão da natureza como objeto encontra-se a perspectiva natureza-sujeito, derivada principalmente da *deep ecology*, que se sustenta no retorno ao subjetivismo da natureza, ao ecocentrismo, ao holismo, e ao monismo (negação da dualidade homem-natureza) – conferindo demasiados confusão e reducionismo à corrente descrita, tornando impensável o sujeito prático da moralidade e o sujeito teórico da ciência ao qual se apela para o respeito à biosfera<sup>6</sup>. Trar-se-ia, desta feita, o ser vivo não-humano à condição de sujeito de direito, o que instalaria uma confusão consubstanciada em

<sup>5</sup> OST, *op. cit.*, *passim*.

<sup>6</sup> SINGER, 2002, p. 189 e ss.

naturalismo (a absorção da cultura pela natureza) e o antropomorfismo (a projeção da visão humana, estanque demais, à natureza).

Há quatro objeções à subjetivação da natureza<sup>7</sup>. A primeira delas é a de que o direito é produzido pelos homens e para os homens: assim, ao “ler” a natureza a fim de normatizar seus direitos, o homem entenderia apenas o que sua visão curta e interesses permitissem. Em segundo lugar, subjetivar a natureza é mais uma estratégia simbólica do que efetiva: adotar um ecodesenvolvimentismo é um processo extremamente complexo; além do mais, a não efetivação desse aparato simbólico cria o risco de tornar a subjetivação da natureza mero artefato a serviço do Estado-espetáculo. Em terceiro, a *deep ecology* exige, por vezes demasiadamente, por outras demasiadamente pouco, da ciência, que ora é “demonizada”, ora é vista como tábua de salvação, mormente no tocante à ciência ecológica – o que faz com que se esqueça que a interpretação da natureza depende da cultura, a ciência apenas recolhe e avalia dados. E, finalmente, não há acesso direto da natureza pelo homem, pois sendo tudo mediado pela cultura para o homem, a localização do que é moral ou imoral no tocante à natureza depende da relativização decorrente. Tem-se, portanto, que na verdade deve-se regular não os direitos da natureza diretamente, mas as relações do homem para com ela.

Visto serem as perspectivas da natureza-objeto e da natureza-sujeito mal-sucedidas, pois a primeira sobrevaloriza o sujeito humano em detrimento do objeto natural, enquanto a segunda “parodia” o sujeito em relação ao homem, é proposta a visão da natureza-projeto, que coloca sujeito e objeto numa perspectiva relacional em que a natureza é definida pelo homem e este por aquela. Dentro de tal visão, o homem assume a responsabilidade para com natureza através do saber interdisciplinar e complexo, produzindo, por fim, o projeto jurídico que venha a unir natureza e cultura. Então, no terceiro momento, dá-se um quadro no qual se constata que a recuperação, a proteção e a conservação da natureza, diante dos riscos maiores, é condição para a continuidade da vida – o que depende da conscientização de que a soberania tal como é conhecida hoje deve ser reformulada em prol da ação conjunta da comunidade internacional<sup>8</sup>.

Nesse sentido também Enrique Leff<sup>9</sup> argumenta: as mudanças necessárias para a transição ao desenvolvimento sustentável decorrerão

<sup>7</sup> OST, 1995, *passim*.

<sup>8</sup> BACHELET, 1995, *passim*.

<sup>9</sup> LEFF, 2008, *passim*.

da adoção de uma estratégia política complexa, orientada pela gestão democrática do desenvolvimento sustentável, propulsionada pelas reformas do Estado e pelo fortalecimento da sociedade civil e das suas organizações – sendo tal ideal democrático perpassado pela valorização não apenas da tecnologia e inovação, mas também pela valorização da diversidade cultural e dos conhecimentos assim preservados – levando-se em consideração que a ciência moderna não é suficiente para a resolução da problemática socioambiental.

O efeito estufa e suas catástrofes decorrem principalmente do modelo de desenvolvimento irresponsável para com outros países de fraca relevância política e econômica. Parcelas infinitesimais da ação tida como moralmente aceita por ter conduzido ao progresso outros países desenvolvidos, quando elevadas à potência de sua frequência e âmbito de resultados globais causam o problema das emissões dos gases de efeito estufa. A transformação ética que deve ocorrer no agir humano é coletiva – o que se torna um problema quando se analisa o fato de que a ciência e a política, principais formas de ação coletiva, perderam a transparência e muito do crédito de outrora. As ideias de responsabilidade solidária pelo futuro e de limitação às ações devem ser as substitutas da ideia de responsabilidade-imputabilidade, que é insuficiente para distribuir justiça na situação de danos futuros contra “vítimas” distantes, abstratas.

O modelo que Ost<sup>10</sup> defende – transmissão de um patrimônio comum – baseia-se nos critérios de responsabilidade como projeto futuro às gerações vindouras – que devem ser os verdadeiros beneficiários de tal projeto – em suma, estabelece, além da solidariedade intrageracional (a responsabilidade para com pessoas da mesma geração), a chamada solidariedade intergeracional (entre gerações diferentes). Regras coercivas de controle, limitação e gestão visando a preservar a herança para as gerações futuras devem ser impostas. As gerações anteriores devem se comprometer a utilizar economicamente os recursos, de forma a possibilitar às novas utilização semelhante à que tiveram, bem como de desenvolver a ciência a fim de recuperar o que for possível do já degradado. Ficariam a cargo do Poder Público as políticas necessárias – o que criaria o risco da tecnocracia. Daí a necessidade do debate democrático e militante acerca da matéria, o que pressupõe amplo acesso à informação acerca da ciência e da política.

A transtemporalidade (dizer respeito ao presente e ao futuro) e a

---

<sup>10</sup> OST, 1995, *passim*.



translocalidade (ao contrário da mera propriedade material, o patrimônio é vivo, podendo necessitar exatamente da mudança do local para se manifestar) justificam a limitação do direito do proprietário sobre o patrimônio natural, bem como da soberania dos Estados para a sua gestão, pois sendo a lei decorrente da soberania que o Estado tem sobre a vida, poder que se manifesta junta e antiteticamente com a ingerência<sup>11</sup>.

Já Singer<sup>12</sup> sugere a frugalidade para com o tratamento do meio ambiente: em outras palavras, a necessidade de se desenvolver uma ética ambiental que não tenha mais âmbitos neutros a serem considerados do ponto de vista ambiental, pois todo tipo de escolha do cotidiano encerra em sua gama de opções alguma(s) que pode(m) causar prejuízo desnecessário ao meio ambiente. Toda forma de extravagância do ponto de vista dessa nova ética ambiental seria considerada nefasta, bem como todo materialismo e consumismo – sendo aqui entendido como extravagância toda e qualquer prática nefasta ao meio ambiente, e não simplesmente o luxo dispendioso financeiramente. Elevar-se-ia, em contrapartida, ao nível de virtude, a frugalidade e toda e qualquer outra característica fundamental da vida humana que considerasse a fundamental importância em se preservar a todo custo o meio ambiente. Esse tipo de ética da frugalidade não busca o distanciamento do prazer, mas sim a valorização do prazer relativo a fatores que não o consumismo desenfreado da sociedade atual.

O que Singer denominou frugalidade foi chamado por Pierre AlphanDéry, Bitoun e Dupont<sup>13</sup> de “austeridade voluntária” – em outras palavras, seria a reconquista da capacidade individual de definir e satisfazer as necessidades através das próprias capacidades, e não apenas seguir a necessidade institucionalmente fabricada, em última instância, pela empresa cultural do mercado e do Estado. Tal princípio seria derivado de ecologistas da década de 1970 que propunham a ruptura para com a civilização industrial simultânea e a construção da sociedade ecológica.

O princípio da austeridade, ou da frugalidade, é notado como impraticável quando se analisa a seguinte premissa: consumo é, a princípio, satisfação de necessidades, as quais, por sua vez, aprisionam institucionalmente o indivíduo, não são por ele livremente definidas, e referem-se não apenas a bens, mas também a imagens.

<sup>11</sup> BACHELET, 1995, *passim*.

<sup>12</sup> SINGER, 2002, p. 192.

<sup>13</sup> ALPHANDÉRY; BITOUN; DUPONT, 1991, *passim*.

A análise dos enunciados por Cornelius Castoriadis, André Gorz e Ivan Illich<sup>14</sup> definiam que o consumo se torna verdadeiro dever cívico, sendo inseparável e complementar do aceite à ordem sociopolítica, e não uma livre escolha individual. Assim, um esquema de autoridade e um esquema de necessidades são plantados nos indivíduos pelas instituições superiores, criando necessidades heterônimas, as quais, por sua vez, têm seus meios de satisfação monopolizados por profissionais e tecnocratas especializados, que criariam os signos destinados a consumo, alienando, conseqüentemente, o indivíduo do poder de distinção entre necessidades reais e fictícias.

Todos os fenômenos da vida humana passam a ser institucionalizados ou dependentes de estruturas de mercado, conforme vai aumentando o grau de modernização da sociedade. Basta analisar a vivência do indivíduo em uma sociedade moderna: o nascimento não se dá mais no próprio lar, como antigamente, mas em um hospital ou clínica particular; alimentação, moradia e vestuário não são mais produzidos pelo próprio indivíduo (ou em contato direto consigo), mas por empresas especializadas; a educação é realizada em instituições públicas ou particulares, assim como a comunicação e os transportes (há sempre o intermédio de alguém, seja do Poder Público, seja das companhias telefônicas, das empreiteiras que constroem estradas e instalam fios telefônicos, provedores da internet e assim por diante); até mesmo os restos mortais do indivíduo são tratados e ritualizados por empresas funerárias e cemitérios públicos.

O bem consumido adquire o sentido de, além de objeto usado, a imagem ostentada – ostentação definidora da personalidade do homem contemporâneo, afirmada através do consumo. Por ser heterônoma a criação de tal necessidade e, ainda mais, por ser necessária a continuidade dessa ordem, para que as instituições criadoras se reproduzam, é estimulada a insaciabilidade do indivíduo. Jean Baudrillard<sup>15</sup> definiu que os objetos apresentados para consumo formam uma linguagem social que estrutura as relações entre o homem e o mundo, a comunidade, os objetos e consigo próprio.

<sup>14</sup> *Apud* ALPHANDÉRY et. al, *op. cit.*, *passim*.

<sup>15</sup> BAUDRILLARD, 1970, p. 33.

### 3 CONSUMO, SEDUÇÃO E ESPETÁCULO

Gilles Lipovetsky<sup>16</sup> descreve que o governo da vida nas sociedades contemporâneas é realizado por uma estratégia que aos poucos acaba com as relações de produção, em prol das relações de sedução. A sociedade de consumo revela até à evidência a amplitude da estratégia da sedução – que não se reduz, ao espetáculo da acumulação; traduz-se na ultrassimplificação das opções possibilitadas pela abundância. Aos indivíduos se está oferecendo um número cada vez maior de escolhas e combinações de consumo. E tal oferta aumenta de acordo com o avanço tecnológico e a adaptação do mercado a este.

A sedução como uma extração de um significado de um discurso e a detração de sua verdade, operando superficialmente um discurso manifesto, agindo sobre uma proibição latente (consciente ou inconsciente) a fim de anulá-la e substituí-la por um truque de aparência (a qual, por sua vez, não é algo necessariamente frívolo), que clama pela paixão por diversão, por distração, do ente que se pretende seduzir<sup>17</sup>. No ato de seduzir, a própria sedução, a simulação que provoca essa paixão, se torna mais importante do que uma extração de significado. As informações superficiais (consistentes na disposição de símbolos que pode ser aleatória ou ritualística) contêm tanto valor quanto um significado, mas não o possuem; na verdade, o obliteram, operando de maneira oposta a uma interpretação: enquanto esta busca levar a um significado, livrando-se das aparências, a sedução evoca a aparência chamativa a fim de desviar o receptor de significados.

Uma interpretação do termo “paixão por diversão” como estímulo a associações inconscientes, emocionais e irracionais pode ser feita – associações que dependem não apenas de estímulos sensoriais, mas também da influência cultural. Martin Lindstrom<sup>18</sup> descreve, ao estudar o neuromarketing – novo ramo do conhecimento que une a pesquisa de mercado e a neurociência, no qual se mede a atividade cerebral a fim de avaliar a produção dessas associações sensoriais e culturais em relação aos produtos e publicidades –, quais são as mais novas descobertas científicas sobre o cérebro utilizadas por publicitários a fim de mais eficientemente convencerem os consumidores a adquirirem os produtos que anunciam.

<sup>16</sup> LIPOVETSKY, 1983, p. 19.

<sup>17</sup> BAUDRILLARD, 1981, p. 51.

<sup>18</sup> LINDSTROM, 2008, *passim*.

Descobriu-se, por exemplo, que as mesmas áreas do cérebro que entram em atividade quando se trata de religião também são igualmente excitadas quando expostas a marcas consideradas fortes – e que também rituais e superstições podem intensificar as conexões emocionais das pessoas com tais marcas, confirmando biologicamente a questão da disposição de símbolos superficiais como estratégia de sedução.

Assim, a sedução midiática configura e remodela o mundo de acordo com um processo sistemático de personalização que multiplica e diversifica a oferta, conferindo aparentemente maior poder decisório (no tocante à mera escolha de consumo) ao indivíduo<sup>19</sup>. O poder dessa sedução está, para além do bombardeamento incessante das mensagens de “compre” nos meios de comunicação atual, na sensação que o consumidor tem em definir sua existência a partir da própria escolha, dentro de uma gama de produtos (que vai do mais simples ao mais exótico, do mais barato ao mais caro) – em outras palavras, a sedução associa o enorme leque de opções consumistas a um teor de independência do indivíduo.

Guy Debord<sup>20</sup> identificou o espetáculo como sendo o que unifica, define e atrai de maneira sedutora a sociedade atual. Seria não simplesmente um conjunto separado de imagens, mas sim a relação social interpessoal intermediada por imagens, não sendo simplesmente o somatório de representações midiáticas que seduzem, mas a própria maneira de ver o mundo e o modelo a ser seguido para se viver. Dessa feita, o espetáculo se torna o cerne da irrealidade da sociedade, e através do conjunto de imagens que o veicula e constitui, afirma e justifica no consumo a escolha já realizada na produção.

Se for levada literalmente tal definição para o cenário atual, talvez a mesma pareça ultrapassada, tendo em vista que atualmente se define a produção de acordo com o padrão de consumo, e não o oposto – o esquema fordista, no qual se define o padrão de consumo a partir da sua adequação às normas de produção, teria entrado em crise a partir do início da década de 1970, conforme Eric Hobsbawm<sup>21</sup>. Todavia, é de grande valor fazer-se uma analogia entre sua teoria e a da produção heterônoma de necessidades, anteriormente apresentada. Como resultado de tal combinação teórica, tem-se que da espetacularização da sociedade realiza-se o seguinte feito: a produção heterônoma de padrões de consumo (e não a produção de bens e

<sup>19</sup> LIPOVETSKY, 1983, p. 20.

<sup>20</sup> DEBORD, 2005, p. 11.

<sup>21</sup> HOBSBAWM, 1995, p. 104 e 258.

serviços) define o *modus vivendi*, se instala através da sedução (não apenas a midiática, mas a que se opera nos mais variados âmbitos) no indivíduo que se julga livre por definir sua identidade pela combinação das opções possíveis de consumo.

#### 4 O CONSUMO CONSPÍCUO

Nota-se a crescentemente supremacia do consumo na atualidade: a mídia o estimula, as pessoas o têm como definidor identitário (até mesmo ao ponto de se ter a categoria “sonho de consumo” não raramente suplantando sonhos relativos a outros tipos de anseios). Mas seriam apenas fatores exteriores ao indivíduo causadores desse consumo desenfreado, que ultrapassa as raías da frugalidade e da austeridade, ou haveria algo de mais profundo, relativo a todos os homens, a impulsionar esse fenômeno tão negativo? Talvez uma análise do conceito de consumo conspícuo, formulado por Thorstein Veblen, possa servir de guia para a compreensão.

A obra de Veblen *A Teoria da Classe Ociosa*, de 1899<sup>22</sup>, introduziu nas ciências sociais os conceitos de ócio e consumo conspícuos. O primeiro se refere a uma categoria de indivíduos capazes de abster-se do trabalho útil, tendo na riqueza e no lazer o objetivo primeiro da ostentação. A acumulação de bens decorre, para tal classe, menos da necessidade material do que da busca de uma posição honrosa na sociedade<sup>23</sup>.

Assim, o autor divide as sociedades basicamente em dois tipos de classes: classes trabalhadoras, ligadas à monótona e indigna atividade industriosa produtiva; e classe ociosa, ligada à ideia da proeza (que, por sua vez vincula-se à ideia da atividade predatória) – uso da energia para se desviar forças externas a si mesmo e realizar algum feito. A proeza, característica das atividades dignas, só é possível nas atividades políticas, bélicas, religiosas ou esportivas – tradicionalmente ligadas às ideias da nobreza<sup>24</sup>. O ócio conspícuo seria, assim, o tempo gasto em atividades não produtivas, distinguindo-se da inatividade. As classes ociosas têm suas atividades voltadas para as tarefas que demonstrem fruição de ócio conspícuo (tarefas ligadas a comando, desporto, sacerdotício, etc.), de maneira a evidenciarem sua posição honrosa por não ser atividade produtiva.

<sup>22</sup> VEBLEN, 1915.

<sup>23</sup> MONASTERIO, 2004, *passim*.

<sup>24</sup> VEBLEN, 1980, p. 14, 15.

A classe ociosa surge junto com a propriedade – a qual, por sua vez, surge da propensão à emulação (competição) entre seres humanos, sendo inicialmente o troféu (símbolo da proeza realizada e indicador de estima social) dos conflitos as mulheres do inimigo, os prisioneiros escravizados e os seus bens (inclusive de produção). A subsistência é fator primordial para a atividade produtiva; todavia, a origem da propriedade-acumulação é a emulação.

Com a evolução, a acumulação e a propriedade derivadas da vivência normal se tornam o indicativo da proeza. Assim, a emulação pecuniária (e não mais a bélica) se torna o principal meio comparativo interindividual. Mas não se pode entender que o único motivo pelo qual ocorre a acumulação é o sobrepujar outrem: a atividade econômica humana leva em consideração principalmente o atingir objetivos predeterminados e a aversão pelo esforço fútil. A comparação relativa à propriedade é apenas o fim convencional entre homens, não o fim último. Ao longo das etapas do desenvolvimento das sociedades, surgiram instituições que tinham em suas raízes os instintos relativos à competição e ao trabalho eficaz. A chefia (seja no Estado, seja numa empresa) é o melhor exemplo que se pode ter dessas instituições na atualidade.

Consumo conspícuo é o consumo daquilo que não é essencial à subsistência, que o indivíduo realiza a fim de demonstrar a outrem que possui dignidade (a qual é sinônimo de conspícuo) e agradar, no mesmo sentido, à própria consciência. É assim transformado em artigo de primeira necessidade o supérfluo – sendo o termo supérfluo, não um sinônimo de desperdício; tal termo é utilizado quando se analisa a sua relativa utilidade para o bem-estar humano perante outros produtos destinados a esse fim máximo<sup>25</sup>. Mas isso também não significa que todo bem relacionado ao consumo conspícuo deva ser exclusivamente supérfluo: um bem pode ser simultaneamente supérfluo e útil. Aliás, há graus de superfluidade e de utilidade em todos os bens, sejam eles de consumo, sejam de produção – enquanto nos primeiros se encontram traços mais relevantes da ostentação e menos de utilidade, nos bens de produção o contrário ocorre. Mas a característica da conspícuo pode estar presente em todos. Também a relação entre o indivíduo que possui o bem e este último altera o seu grau de superfluidade.

Quando se analisa a maioria dos bens adquiridos pelas comunidades

---

<sup>25</sup> *Ibidem*, p. 68-102.

modernas, nota-se que a grande maioria são supérfluos, caracterizando-se apenas como honorários, adequados a um padrão pecuniário variável de acordo com a renda do indivíduo. Torna-se costume gastar-se determinada quantia em tais bens – dessa forma, é tão difícil retroceder de um “alto” padrão de vida quanto rebaixar um padrão já relativamente baixo, ainda que, no primeiro caso, a dificuldade seja moral, enquanto no último, signifique um “rebaixamento” material do conforto. Já o avanço nos gastos é relativamente fácil, processando-se quase naturalmente – de fato, reações imediatas ao estímulo de consumo são notadas como normais. Tal estímulo é baseado na competição – desejo último de se sobrepujar os indivíduos considerados da mesma classe social.

Ressaltando-se o fato de que em todos os âmbitos o caráter conspícuo do consumo é verificável, ressaltam-se aqui as conclusões atingidas por Kerwin Koffi Charles *et al.*<sup>26</sup> acerca da importância da aquisição de bens supérfluos (roupas, acessórios e carros) pelas populações negras e hispânicas americanas. Conhecidamente discriminadas no seio da sociedade estadunidense, tais indivíduos, a fim de adquirirem maior *status* nas interações sociais, dedicam maiores parcelas de suas rendas em itens de consumo diretamente visíveis e associáveis às suas individualidades, chegando ao ponto de dedicarem menos gastos do que indivíduos brancos ao consumo de produtos e serviços relativos à saúde, ao lar e a outros bens e serviços que não se associariam diretamente à identidade do indivíduo consumidor.

Laurie Simon Bagwell e B. Douglas Bernheim<sup>27</sup> descrevem o chamado “efeito Veblen” nos mercados: itens considerados “de luxo” devem apresentar maiores preços, pois os adeptos das empresas que os produzem fazem questão de pagar um preço maior do que a sua real utilidade, quantidade de matéria-prima e todos os custos e margens de lucro relativas ao bem, com o propósito de satisfazerem o seu desejo pela suposta exibição de riqueza que envolveria pagar um preço mais alto por um produto que apresentaria equivalentes mais acessíveis. Se hipoteticamente tais empresas diminuíssem seus preços, de acordo com o depoimento de um profissional de marketing citado no trabalho, as empresas que produzem tais bens aumentariam as vendas durante determinado período de tempo; porém, tais vendas cairiam drasticamente após tal período, a ponto de

<sup>26</sup> CHARLES; HURST; ROUSSANOV, Disponível em: <<http://knowledge.wharton.upenn.edu/papers/1353.pdf>> Acesso em: 29 jul. 2009.

<sup>27</sup> BAGWELL; BERNHEIM, 1996, p. 349-373.

serem nulas.

Para além da questão da emulação (como praticamente um instinto humano), encontra-se a questão da visibilidade ao influenciar o padrão de consumo. Ori Heffetz<sup>28</sup> traz em sua pesquisa os seguintes fatos: indivíduos baseiam suas ações relativas ao consumo (aquisições, gastos, etc.) naquilo que aprendem observando outros. Dessa maneira, quanto mais observável por outros é um comportamento de consumo (o qual, por sua vez, demonstra a dignidade do ente observado), maior será a probabilidade de que esse padrão seja mimetizado por outrem.

Para se ampliar a questão da visibilidade e do estabelecimento do padrão de consumo para além da questão mercadológica, sendo atingida também a problemática do controle social, Thomas Mathiesen<sup>29</sup> descreve o desenvolvimento da comunicação moderna de massas na última metade do século XX, na qual muitos (indivíduos comuns) observam poucos (celebridades midiáticas). Esse modelo de visibilidade é denominado pelo autor *sinoptismo* (em grego, *syn* = “junto”, “simultâneo”; *opticon* = “visual”), no qual muitos se focam simultaneamente em “[...] algo comum que se encontra condensado”<sup>30</sup>. Esse modelo de visibilidade desempenha funções de controle na sociedade moderna. Assim, o poder da mídia de criar opiniões e eleger o que é dignificante ou não, influencia a sociedade de forma a controlá-la, produzindo os comportamentos desejados. Com o avanço da tecnologia e sua massificação, tem ocorrido a penetração cada vez maior da influência da mídia de massa, em virtude do avanço tecnológico.

## 5 TECNOLOGIA, CONSUMO E POLÍTICA: OPÇÕES A SEREM ADOTADAS

Constata-se de um lado (a bem dizer, o externo) os sistemas heterônomos a seduzirem o indivíduo para que realize o consumo desenfreado que movimenta a economia. Constata-se, de outro (por sua vez, interno), o consumo como algo que psicologicamente dignifica o indivíduo frente a si mesmo e a outrem. Porém, o ato de consumir o supérfluo para dignificar não significa necessariamente “fazer sumir”, destruir o entorno.

<sup>28</sup> HEFFETZ, Disponível em: <<http://ssrn.com/abstract=1004543>>. Acesso em: 12 ago. 2009.

<sup>29</sup> MATHIESEN, 1998, p. 77-95.

<sup>30</sup> *Ibidem*, p. 82.



George Monbiot<sup>31</sup> argumenta no sentido de que, para que o efeito estufa seja reduzido satisfatoriamente, uma diminuição global de até 60 (sessenta) por cento da emissão de dióxido de carbono deve ser conduzida (o que, nos países ricos, significaria de oitenta a noventa e cinco por cento) até o ano de 2030, e que principalmente no tocante à produção e ao consumo de energia (das mais variadas formas) tais mudanças devem ocorrer.

De que maneira isso poderia se dar? A ciência e a tecnologia em seu *state of art* seriam capazes disso? Segundo o autor, sim. Há na sua análise uma extensa e detalhada explanação de novas técnicas, novos aparelhos, novas maneiras de se organizar a vida que supririam a necessidade do consumo de combustíveis fósseis em todos os âmbitos da vida do cidadão comum e das matrizes industriais. Os elementos a tolherem a efetivação dessas novidades se encontram na ética e na política: os interesses das empresas que lucram com as práticas nocivas que ainda dominam a produção (principalmente as de combustíveis fósseis) a influenciarem massivamente, através de seus *lobbies*, a política e, através da mídia, a percepção dos indivíduos sobre o estilo de vida – os produtos e as opções relativos à indústria sendo associados às ideias de liberdade e conforto, princípios dos quais os indivíduos contemporâneos não abrem mão. Tal associação obstrui a percepção de que práticas a princípios inofensivos (como as escolhas concernentes aos meios de transporte, do lazer, da alimentação) são elos de uma cadeia que, em última instância, está aumentando a temperatura do planeta e causando os danos a esse fenômeno relativos.

Estabelece-se, assim, um “círculo vicioso” nas democracias: indivíduos se julgam livres por causa do conjunto de imagens e representações que a eles chegam através dos mais variados sistemas (mídia, Direito, etc.). Esses sistemas são viciados pelos interesses de quem depende de práticas nocivas para continuarem a reproduzir suas lucrativas atividades – e justamente através desses sistemas se criam e se regulam as opiniões e as práticas dos indivíduos, as quais irão também influenciar as decisões tomadas no tocante à política, principalmente decidirem os governantes e legisladores. Se escolhidos dessa forma, continuará a se reproduzir o mesmo sistema – já que através de leis e decisões políticas nas esferas governamentais se realizam as escolhas relativas às políticas públicas: construir mais estradas, aeroportos e liberar mais financiamentos para a compra de automóveis movidos a combustíveis fósseis, ou fomentar

<sup>31</sup> MONBIOT, 2007, *passim*.

o transporte público – o que reduziria em muito as emissões de dióxido de carbono – é apenas um breve exemplo.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma nova visão ética do homem para com a natureza é necessária. A consideração da natureza como projeto, algo que deve ser preservado para que as gerações vindouras possam usufruir de um ambiente saudável, depende da adoção de novas tecnologias para que o conforto (no sentido de uma vida decente) seja possível a todos, mas principalmente deve ser fundamentada numa visão de frugalidade (ou austeridade) na utilização de recursos – o que, na esfera privada, em última instância, depende da consciência no ato de consumir.

Todavia, agem de maneira conjunta e complementar forças heterônomas (interesses das grandes empresas, mídia, Poder Público) a criarem necessidades supérfluas a fim de movimentar a economia de um lado; de outro, o ato de consumir é considerado, pelo próprio homem, um dos elementos que conferem dignidade ao indivíduo. A mídia de massa é, assim, o grande veículo de divulgação da insaciabilidade consumista, mas esta mesma se vale de elementos internos da própria personalidade individual.

Estudos relativos a diferentes âmbitos culturais devem ser realizados para que se definam quais são os padrões, as características da conspicuidade do consumo – tendo em vista que os dados aqui lançados são referentes aos norte-americanos. Deve-se conhecer também fora dos Estados Unidos e da Europa o como, o quanto e o porquê de se consumir o supérfluo, tendo-se em vista que o consumismo e a *mass media* também (e como...) atinge países em desenvolvimento. Mudanças éticas e práticas dependem de ações conjuntas e coordenadas globais; assim, para se enfrentar a problemática da obliteração da conscientização ecológica por esse binômio concomitantemente homônimo e heterônimo da exacerbação do consumo do supérfluo, a análise do consumo conspícuo nas mais diversas sociedades deve ser realizada.

Além disso, é para a capacidade de discernir que se deve apontar. Consumir é um ato necessário para se viver; consumir é um ato necessário para dignificar. Mas quanto é necessário consumir para se estar vivo? Quanto é necessário consumir para ser digno? Apesar dessa quase instintividade e dessa irracionalidade a guiarem o consumo, a mesma racionalidade que

se propôs a conduzir o progresso e acabou por criar problemas maiores (cientificismo, visão reificada e destruição irreversível da natureza) deve ser evocada no momento de se consumir.

## REFERÊNCIAS

ALPHANDÉRY, Pierre; BITOUN, Pierre; DUPONT, Yves. **O equívoco ecológico**: perspectivas ecológicas. Tradução: Fátima Leal Gaspar. Lisboa: Instituto Piaget, 1991.

BACHELET, Michel. **Ingerência ecológica**: Direito Ambiental em questão. Tradução: Fernanda Oliveira. Lisboa: Instituto Piaget, 1995.

BAGWELL, Laurie Simon; BERNHEIM, B. Douglas. “Veblen effects in a theory of conspicuous consumption.” *The American Economic Review*. vol. 86, n. 3, jun. 1996, p. 349-373.

BAUDRILLARD, Jean. « La société de consommation: ses mythes, ses structures. » Paris: Denoël, 1970.

\_\_\_\_\_. **De la seducción**. Tradução: Elena Benarroch. Madrid: Ediciones Cátedra, 1981.

BECK, Ulrich. **La sociedad del riesgo**: hacia una nueva modernidad. Tradução: Jorge Navarro, Daniel Jiménez, María Rosa Borrás. Barcelona: Paidós, 1998.

BRASIL. **Medida Provisória n. 458/2009**, de 10 de fevereiro de 2009. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/sileg/integras/632500.pdf>>. Acesso em: 29 jul. 2009.

CHARLES, Kerwin Kofi; HURST, Erik; ROUSSANOV, Nikolai. “Conspicuous Consumption and Race.” Disponível em: <<http://knowledge.wharton.upenn.edu/papers/1353.pdf>> Acesso em: 29 jul. 2009.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Tradução: Francisco Alves e Afonso Monteiro. Lisboa: Edições Antipáticas, 2005.

HEFFETZ, Ori. « Conspicuous Consumption and Expenditure Visibility: Measurement and Application. » Disponível em: <<http://ssrn.com/>>

abstract=1004543>. Acesso em: 12 ago. 2009.

HOBBSAWM, Eric. **Era dos extremos**: o breve século XX: 1914-1991. Tradução: Marcos Santarrita. São Paulo : Companhia das Letras, 1995.

LEFF, Enrique. **Saber Ambiental**: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder. Tradução: Lúcia Mathilde Endlich Orth. 6. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

LINDSTROM, Martin. “Buyology: Truth and Lies About Why We Buy.” London: Random House, 2008.

LIPOVETSKY, Gilles. **A Era do Vazio**: ensaio sobre o individualismo contemporâneo. Tradução: Miguel Serras Pereira e Ana Luísa Faria. Lisboa: Relógio D’Água, 1983.

MATHIESEN, Thomas. A sociedade espectadora: o “panóptico” de Michel Foucault revisitado. **Margem**, São Paulo, n. 8, p. 77-95, dez. 1998.

MONASTERIO, Leonardo Monteiro. Veblen e o Comportamento Humano: uma avaliação após um século de “A Teoria da Classe Ociosa”. *In: Cadernos IHU Idéias*, ano 3, n. 42, p. 1-20. São Leopoldo: Instituto Humanitas Unisinos, 2004.

MONBIOT, George. “Heat: how we can stop the planet burning.” London: Penguin Books, 2007.

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

SINGER, Peter. **Ética prática**. Tradução: Álvaro Augusto Fernandes. Revisão: Manuel Joaquim Vieira. Lisboa: Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa; Sociedade Portuguesa de Filosofia; Gradiva, 2000.

VEBLEN, Thorstein. “The theory of leisure class: na economic study of institutions.” New York: The Macmillan Company, 1915.

Recebido: 14/11/2012

Aceito: 30/01/2013