Globethics Repository



Ética e consumo [Ethics and consumption]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see https://www.globethics.net. Data and content policy of Globethics Repository see https://repository.globethics.net/pages/policy.

Item Type	Article
Authors	de Campos Garcia, Eduardo
Publisher	Espaço Ética Ltda.
Rights	Creative Commons Copyright (CC 2.5)
Download date	2026-11-15 01:49:43
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/233912

REVISTA
espaçoética
EDUCAÇÃO, GESTÃO E CONSUMO

SÃO PAULO, ANO I, N. 01, JAN./ABR. DE 2014

ISSN 2358-0224

Podemos falar de ética nas práticas de consumo?

Ética e consumo: relação possível?

Eduardo de Campos Garcia[1]



O ensaio teórico se propõe a responder à pergunta proposta pelo dossiê. Por meio de uma reflexão sobre as concepções de moral e ética, o autor aborda os aspectos histórico-cultural daquilo que se entende por certo ou errado bem como sua ligação com os sistemas de poder. O consumo, enquanto escolha que preenche um vazio de identidade, oferece sentidos que precisam ser revelados.

Ética e moral

Ética e moral são dois conceitos bastante delicados quando enunciados. Em muitos momentos a ética e a moral se confundem por quem os entende pelo senso comum. Pior é a banalização com a qual determinadas interpretações determinam seus significados. Embora, ao entrar em cena, os dois conceitos sejam próximos, sua força simbólica está carregada de contextos diferentes. Cada qual indica um sentido diverso, embora sejam, no território da existência, conceitos uníssonos.

---

1 Doutorando e mestre em Educação, Arte e História da Cultura pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. Especialista em Libras pela FIJ-RJ e em Magistério do Ensino Superior pela PUC-SP. Graduado em Letras pela UBC/MC-SP e em Pedagogia pela UNIG-RJ. Atualmente assina a coluna Livros na revista *Sentidos*, é professor e pesquisador do Departamento de Educação da Universidade Nove de Julho - Uninove-SP. www.eduardocg.net

Terezinha Azevedo Rios (2011), em uma de suas publicações, traz uma boa explicação para que ambos os conceitos sejam entendidos. Segundo ela, a moral são os valores compartilhados socialmente e postos como uma verdade que rege o pensamento numa ordem de valor positivo. A ética é a escolha, em nível de ação individual, ante a moral que se faz presente. Em síntese, como explica Hoyller (2009), "a ética parte da reflexão sobre a moral".

A ética, quando entendida como "uma reflexão da moral", propõe que sua concretização, ainda que ocorra no plano das abstrações, parte metaforicamente de um livre-arbítrio. Nesse contexto, a *Bíblia* judaico-cristã já propunha que escolher o caminho a ser seguido "do bem ou do mal" recorre a uma questão ética. Livre-arbítrio, termo empregado pelos credos do cristianismo, pode ser entendido como uma possível leitura teológico-literária do que significa ética. A diferença é que ética advém da articulação política e o livre-arbítrio, da fé. Entretanto, fé e política, no atual cenário brasileiro, são articulações que se confundem. A política abusa da fé, e a fé



é politicamente manipulada. A fé e a cristandade espiritual passaram a ser produto consumido por meio da oferta, do dízimo e de produtos que não possuem relação alguma com o "desenvolvimento" da espiritualidade. Fé e cristandade são "produtos" incorpóreos cujo consumo alivia a culpa e a angústia de uma existência vazia de subjetividade. Óbvio que os líderes religiosos — entre esses, padres, pastores e babalorixas — possuem o saber necessário para avaliar, analisar e discursar sobre o valor do sagrado. Tamanho conhecimento lhes confere o controle sobre a dimensão simbólica da espiritualidade e a fragilidade humana diante da busca de si mesmo. Qual é a ética dos líderes religiosos? Como escreveu Michel Foucault em sua *Microfísica do poder* (1979), segue o homem em busca de sua identidade vazia.

Ética é então uma categoria que implica ações cujos resultados podem, ao longo da vida, ter como consequência a felicidade, a tristeza, a justeza ou a crueldade. Não implica apenas uma tomada de decisão, mas o resultado da decisão tomada e seus efeitos sobre o outro. Tiburi (2011) já havia apontado a felicidade como categoria ética. O que denota que o sentido que se dá às experiências da existência humana depende de uma experimentação ética. O caminho aponta vários meios, a ética não se exime dos caminhos, os analisa para que o rumo tomado seja o mais próximo de uma conduta "correta". Há de se ver a biografia de Mahatma Gandhi, cuja prática cotidiana implicava a negação de todo capital material que lhe era possível. Gandhi não negava sua posição perante a Inglaterra; era advogado, ocupou cargos e exerceu importantes funções administrativas. Os caminhos possíveis não foram negados por ele, mas suas decisões, como narra a história, se apoiavam numa conduta correta cujos efeitos sobre o outro provavelmente não os escravizava.

Em contrapartida, o "torpor de Deus sobre os homens da Terra", narrado nas construções litero-bíblicas, é um mal, cuja fundamentação ética se vale de bondade porque a intenção é corrigir o homem de seu pecado. O que movimenta o pulso ético parece ser a busca pela não corrupção do homem. O espírito do correto com toda a sua dimensão simbólica, do tempo e da moral, sustenta o que se pode entender como ética. A morte e a condenação, em muitos momentos, se tornam éticas quando a moral implica corrigir o "torto". Em alguns estados norte-americanos, a figura do carrasco e sua conduta podem ser entendidas como ética e em nada violenta, porque não viola nenhuma lei. Está intrinsecamente relacionada à moral legalista que atua sobre os valores humanos. Nesse cenário, o cerceamento da liberdade de um corruptor, sua captura e prisão penitenciária, ou a condenação à morte de quem viola a lei de modo hediondo, se tornam éticos porque sua intenção é corrigir o que estava errado. A mesma atitude, quando aplicada sem razão corretiva, é cárcere privado e se configura como uma negação à ética.

Retomo então por meio da ironia — porque, como disse Donna Haraway (2009), "a ironia consegue satirizar sem colocar de lado o jogo sério" — o que disse Tiburi (2011) sobre a felicidade. Para a filósofa, "a felicidade tem sentido como categoria ética". Trago então um discurso proferido pelo ex-presidente dos Estados Unidos, Abraham Lincoln, em 14 de agosto de 1862. Preocupado com a "felicidade" e com o "bem-estar" dos africanos que estavam em território norte-americano, suas palavras propunham a seguinte intervenção: "Nós e vós somos raças diferentes. Existe entre ambas uma diferença maior do que aquela que separa quaisquer outras duas raças. Pouco importa se isso é verdadeiro ou falso, mas o certo é que essa diferença física é uma grande desvantagem mútua, pois penso que muitos

de vós sofreis enormemente ao viver entre nós, ao passo que os nossos sofrem com a vossa presença. Por este sofrimento, penso que todos devam ser reenviados à África[2]".

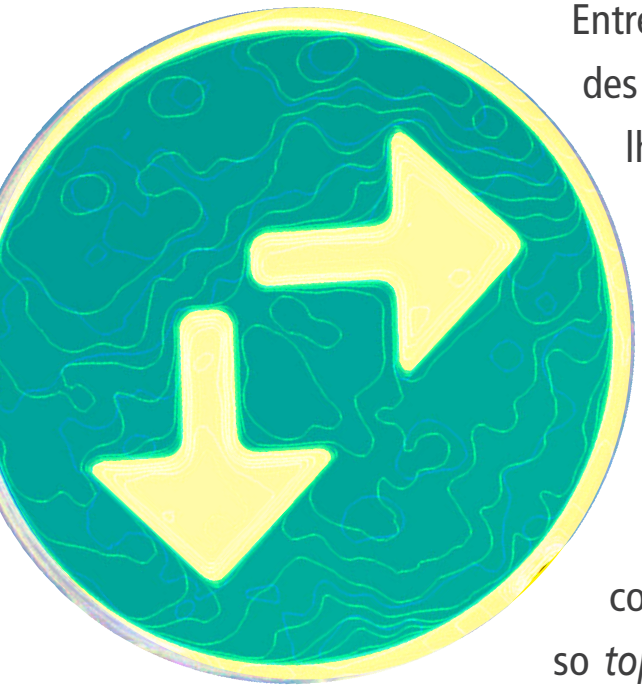
A posição de Lincoln, como o "torpor de Deus", é uma alegoria histórica que serve para ilustrar o que significa uma ética perante a moral. Ambas são escolhas em nome da felicidade, da justeza e do cuidado. Entretanto, na contemporaneidade, qualquer uma das duas práticas parece ser uma antiética. O fato é que a moral se modifica porque sua constituição esbarra na prática política e de governo. A moral, mesmo religiosa, possivelmente é uma prática de governo. A escolha ética, sua reflexão sobre a moral que lhe circunda, se torna confusa à primeira vista porque a bondade e a maldade são relativas e estão sustentadas simbolicamente pela manipulação da moral. A moral é naturalizada e nunca naturalmente desenvolvida.

Michel Foucault, em *O nascimento da biopolítica* ([1979] 2008), já propunha pensar "governo" como relação de mercado que se alastra por meio de atividades de governanças da vida, da morte, dos aparelhos ideológicos do Estado e dos aparelhos repressores do Estado. Significativo no pensamento de Foucault é saber que governo não é um significado distante daquilo que somos. Quando se exerce controle na família, na escola e na sociedade, a posição tomada por quem pratica a liderança é a de governo. O Estado só tem poder de governo porque governo não é uma instância, mas um desencadeamento do autocontrole pela ordem e poder sobre a vida de si e dos outros. A moral pode ser pensada como minucioso dispositivo de controle.

Moral e governo são, embora diferentes, uníssonos. Vale lembrar que durante o governo de Hitler, como descreve John Cornwell (2003), a mo-

2 Cf. Banton, 2010, p. 9.

ral produzida pelo nazismo permitia que o extermínio, dentro dos campos de concentração, fosse uma escolha ética. A decisão "ética" dos soldados para o extermínio e esterilização dos judeus não infringia a moral nazista. O cinema, no entanto, ilustra bem a ética que contraria a moral vigente. Uma ética que possibilita uma reflexão sobre o poder que se tem quando se governa. A ética banhada pela moral de seu tempo se fortalece pela subjetividade, quando se opta refletir sobre ela e se amparar em uma sensibilidade rara que implica a percepção do outro ao qual se afeta diretamente pela decisão tomada. O filme estadunidense *A lista de Schindler* (EUA, 1993) representa bem, a meu ver, a ética que vai além de uma reflexão sobre a moral que rege o juízo de uma sociedade. No filme, entre o direito de tirar a vida do outro ou preservá-la, Oskar Schindler escolhe a segunda opção e rompe com o juízo dos nazistas. Seria uma ética cheia de subjetividade, cujo juízo moralmente proposto não possuiu o espírito de quem, naquele momento, exercia o governo. O efeito sobre o outro, como mostrado no filme, foi a continuidade da vida.



Entre complicações históricas e arbitrariedades políticas, a ética se confunde com escolhas simples. Às vezes é deixada de lado e parece que adequar-se a determinado juízo moral é a escolha certa. Cabe uma reflexão: contrariar a moral em alguns momentos é mais ético. O movimento feminista desde a década de 1960 procurou contrariar o juízo que recai sobre o corpo da mulher. Os seios desnudos, o famoso *topless*, moralmente condenado pela moral

conservadora, representa o não de muitas mulheres à erotização do corpo feminino. Popularmente pode se entender que, se aos homens é dado o direito de expor seu peitoral sem que este seja objeto de desejo e produto erótico, por que a mulher deve elevá-lo a uma dimensão sagrada? Intocada? Desejada? Proibida? Maternal? Produto de consumo? É possível dizer que as feministas são imorais e desprovidas de ética?

Todavia, e tudo o que foi delineado, tem a intenção de provocar. A provocação pretende tornar explícito que na sociedade o que circula como moral está no território do governo, implica uma dimensão "estética e biopolítica" (TIBURI, 2011). A moral pode ser um produto da indústria cultural do juízo. Explico: a moral da guerra é produzida pela indústria cultural da soberania e a conduta ética do soldado se guia por esse juízo. A moral da miséria é produzida pela indústria cultural da hierarquia, e o juízo capitalista e a sociedade se guiam por esse juízo. A moral da desumanização do animal é produzida pela indústria cultural da identidade, e a subordinação de outros animais ao animal homem está amparada por esse juízo. A moral politicamente criada para a estética a confunde como cosmética[3] e seu consumo se guia por esse juízo. A moral da virtualidade na aquisição de bens duráveis e não duráveis é produzida economicamente e seu consumo se guia por esse juízo. A moral da felicidade performativa é biopoliticamente produzida e seu aceite se guia por esse juízo. A moral de cada identidade é performática e sua encarnação se guia por esse juízo. A moral das categorias de minoria social e diferença consistem em produções econômicas e o olhar capitalista se guia por esse juízo. Como escreveu Tomaz Tadeu da Silva (2009), o signo está no lugar de alguma outra coisa, e sua representação vacila. Eis aí um claro

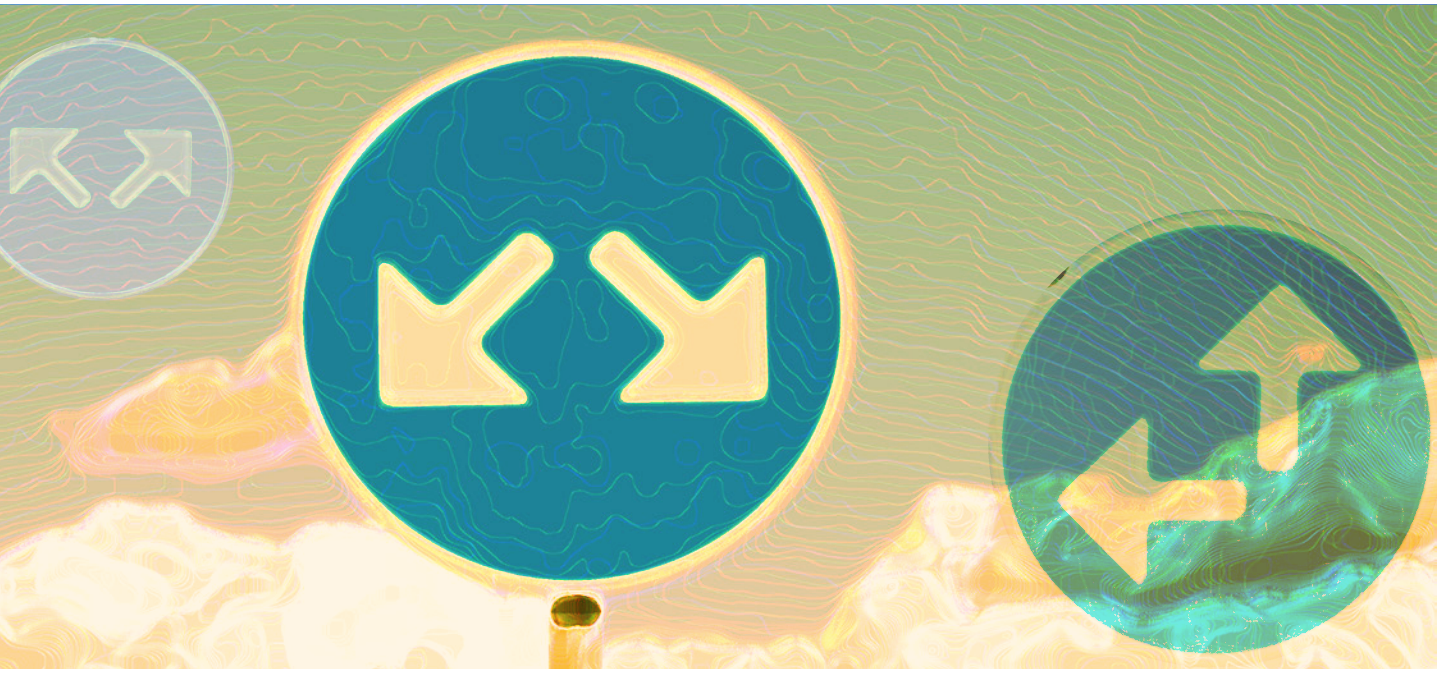
3 Cf. Tiburi, 2011.

exemplo de que a moral como produto capitalizado vacila. A moral está intricada, entranhada, no jogo da verdade.

Moral e verdade se confundem e se misturam porque se condensam. Como explica Foucault em *Microfísica do poder* (1979), a verdade deve ser entendida como um conjunto de procedimentos regulados para a produção, a lei, a repartição, a circulação e o funcionamento dos enunciados. Ela está circularmente ligada a sistemas de poder que a produzem e a apoiam. A verdade é a causa pela qual se luta. Moral e verdade podem ser pensadas como sinônimas. Nesse cenário, é possível falar de ética para o consumo?

A ética e o consumo

A questão posta, feito uma problemática, pode ser revertida em outras perguntas: O que se consome e por que se consome? À primeira vista, a resposta parece fácil. A sociedade consome roupas, acessórios, cosméticos, eletroeletrônicos etc. O consumo, por sua vez, se dá mediante o não preço e o não gasto. O controle do consumo parte de uma estratégia de governo microfisicamente diluída na qual o gasto desaparece e as transações se dão no plano da virtualidade. Os valores, quando administrados em uma conta e contabilizados via cartão de crédito, permitem que o dinheiro material não circule. O que circula é a sensação de possuí-lo. A imaterialidade da moeda permite que o gasto não seja contabilizado frequentemente e a sensação de possuir valores destitui, quando endividado, o homem de seu próprio controle. Uma vez endividado por essa virtualidade, vaga o consumidor sendo controlado e amedrontado pelas instituições financeiras. De consumidor passa a ocupar o espaço de devedor e nesse território o medo assombra a existência. Theodore Zeldin ([1994] 2011) já alertava que para se ter poder sobre uma pessoa basta descobrir e controlar o seu medo.



Como se consome? Provavelmente tendo medo de não poder consumir: roupas da moda para funcionar como segunda pele, eletroeletrônicos para confirmação do "hibridismo metafórico[4]" entre homem/máquina etc.

Entretanto, não é isso que se consome. Quando se compra um celular de última geração que na manhã seguinte já estará ultrapassado, o que se consumiu não foi um aparelho. O consumo tem relação com o sentimento de *status* provocado pela tecnologia. O que foi consumido não é o produto em si, mas as afirmações identitárias que nele estão contidas. E *status* recorre a laços identitários imaginários que implicam a realização e o pertencimento a determinada classe social, intelectual, cultural etc.

Não foi à toa que Stuart Hall (2009) disse que na linguagem do senso comum, a identificação é construída a partir do reconhecimento de alguma origem comum, ou de características que são partilhadas com outros grupos ou pessoas, ou ainda a partir de um mesmo ideal. Hall aborda em seu artigo que as características partilhadas estão condensadas na forma de identidade. É desse ponto que o consumo permite, senão a construção,

4 Cf. Regis, 2012.

a permanência da identidade como termo constituinte do ser. A idealidade ao ser consumida e toda a sua simbologia com dimensão estética estão implícitas em determinado produto. O consumo de determinado "bem" coloca em cena o sentimento de pertencimento. Woodward (2009) explica que existe uma associação entre a identidade da pessoa e as coisas que ela usa. Logo, a construção da identidade é tanto simbólica quanto social.

Os comerciais de televisão, a internet, os outdoors, por exemplo, trazem em forma de projeção inúmeros conceitos — formas de viver. O filósofo Vilém Flusser ([1963] 2008a) já atentava que a imagem em movimento, suas produções técnicas transformam conceitos em cenas. Estes, por sua vez, estão relacionados ao estilo de vida e o poder que determinado modo de viver lhe confere. Nos comerciais de cerveja, a atualidade permite que mulheres estejam em bares se refrescando com um copo da "loira gelada", simbologia de desprendimento e independência financeira. A mulher que consome cerveja após um dia de trabalho não apenas adquiriu um momento de prazer entre amigas, mas reafirma seu lugar na sociedade. O mesmo princípio "de colocação na sociedade" pode ser observado nas bonecas brancas produzidas desde o início do século XX, cuja intenção era, em uma associação com a política da higienização da "raça", incitar o desejo dos negros de ter filhos brancos. O consumo de bonecas brancas tinha uma relação direta com a campanha de embranquecimento da "raça" brasileira. Segundo Silva (2002), ao fazer uma leitura da teoria de Vygotsky, é pelo ato de brincar que a criança constrói a idealidade de sua identidade futura.

A relação que se estabelece entre consumo e identidade esbarram na moral capitalista. A ética, nessa moral, torna-se fragilizada. Como escolher algo quando a moral parece ser um designer para o cotidiano? Como já citei anteriormente, a estética se confunde com cosmética, o ser com o ter, a política

com a barbárie, a pessoa com a identidade Jürgen Habermas (2010) chama as manipulações que modificam a relação da natureza humana em função das arbitrariedades biotecnológicas de designer incorporado. Que moral sustenta as decisões éticas? Se o designer é incorporado, o homem se torna possuído pelo espírito capitalista que o toma de modo violento, como descreve Tiburi (2011), eviscerando lhe a autonomia própria e constitutiva. Como pensar em consumo se a afirmação da identidade é o consumo encarnado? Consumidor e consumo tornam-se semelhantes. E toda semelhança agrada.

Flusser ([1965] 2008b) propõe pensar na categoria "a gente". Segundo o pensamento de Flusser, por analogia, é possível dizer que "essa gente brasileira, essa gente espremida no ônibus, a gente homossexual, a gente minoria", trata do dissolvimento da individualidade, desconstrução e diluição da subjetividade. A gente é grupo, massa, semelhança e laço que só existe na imaginação. Enquanto categoria, "a gente" transforma pessoas em identidades ambulantes, fruto do consumo. Quem consome carro é essa "gente da classe média", quem anda de transporte coletivo e público é essa "gente desfavorecida", quem vaga pelas ruas é essa "gente pobre", quem vai para a parada gay é essa "gente homossexual". A colocação que se estabelece, em nível social, aguça o desejo de se consumir a idealidade de se poder identificar como "essa gente consumidora".

Mesmo que o consumo de determinada posição social seja uma escravização para o próprio corpo dessa "gente trabalhadora", a identidade incorporada quando se tem um carro é de *status* melhorado. O uso de próteses de silicone, as cirurgias plásticas para reconstrução da própria imagem trazem consigo a mesma marca de consumo. Onde fica a ética? Talvez uma palavra perdida no dicionário. Ou onde menos se busca seu sentido. Entretanto, o que se consome é a idealidade. Termo constituinte da identidade humana.

Ética e sentido

O consumo permitiu que a sociedade se organizasse em grupos constituídos por essa "gente": tribo, grupo. Como pensa Bauman (2011), em identidades flutuantes. Quando os surdos consumiram a identidade surda, segundo a proposta de incorporar um designer para si, encarnaram a Libras como forma absoluta de se opor aos ouvintes. Quando os homossexuais incorporaram o designer de sua orientação sexual, movimentaram a maior economia da América Latina por meio da parada gay. Quando negros consumiram a afro descendência como laço de sua descendência, todo um mercado para o negro se constituiu, inclusive a luta formatada em forma de bordão 100% negro. O que a olho nu parece um direito, é produto. Movimento de mercado. Designer para incorporação. Nesse sentido, a moral cada vez mais se aproxima do designer. A ética se torna confusa. Consumir a identidade de "a gente", sendo essa expressão sinônima de nós "grupo", torna a ética uma palavra ofuscada e fragilizada em seu sentido primeiro. Afinal, o sentido de toda palavra se banaliza pelo uso.

Perante todo controle que se estabelece entre o Estado e "a gente" por meio das identidades consumidas, a moral permite que tais decisões sejam tomadas. Não é falta de ética modificar o corpo, propor determinismos, vestir-se de uma identidade. Mas também não são éticas tais incorporações se seu sentido for levado a sério. Se, como disse Tiburi (2011), o corpo é aquilo que somos em matéria e símbolo, por que reduzi-lo à cosmética? Se no animal humano pulsa vida, por que reduzi-la a matéria morta: carros, eletroeletrônicos, dispositivos? Questionar o porquê de tais reduções coloca em cena uma proximidade com uma possível ética substancial.

A relação entre ética e consumo se dá pela possibilidade de não consumir o desnecessário, o supérfluo. Isso incorre no reconhecimento de si como matéria viva que não depende da matéria morta para se posicionar

socialmente. Entre ironias, a categoria rejeitada dos miseráveis é a que mais evidencia a ética. A miséria como falta de bens materiais e de normatividades, a miséria dos moradores de rua, provoca o olhar contaminado pela indústria do consumo. A miséria pode ser entendida como uma categoria identitária — exposta como diferença pela "moral" capitalista — para que o olhar consumido não perceba que há outra forma de viver. Óbvio que a intenção é ser irônico, mas a invisibilidade dos moradores de rua é resultado de todo desprendimento imposto pela moral capitalista. Comer o lixo é um grito que incomoda porque quem o depositou não percebeu sua utilidade: o valor do lixo era comida. A imagem da ociosidade de quem mora nas ruas incomoda porque desacomoda o sentido capitalista dado ao tempo: trabalho, produção, cansaço, dignidade. O sorriso de um mendigo provoca espanto porque o depressivo e angustiado pelo excesso de consumo compra sua felicidade na farmácia: psicotrópicos etc.

Resta uma possibilidade. Ela está no espelho. Foucault ([1975] 2009) explica que o espelho é um espaço de utopia no qual o que se vê é a imagem que mais se afasta de mim mesmo, uma falsidade. O morador de rua é um espelho quebrado, que obriga um encontro com o nosso eu mais verdadeiro. Sem o consumo da cosmética, o homem fede e se torna peludo; sem o consumo do tempo, o homem tem o ócio. Sem o consumo da tecnologia, o homem é apenas animal. Portanto, se a questão é pensar em ética no consumo, a resposta é dada quando se tem coragem de olhar para um espelho quebrado. Juntar os cacos e repensar a que se reduziu a moral é necessário. Refletir sobre a moral atual que nos possibilita a ética, soa como comprometimento. É possível falar de ética no consumo? Depende do modo como o conceito de ética circula. Quando reduzido e banalizado, sim, é; se levado a sério, a resposta se complica e provoca porque convida a todos para quebrar o próprio espelho.

Referências bibliográficas

BANTON, Michael. *A ideia de raça*. Lisboa: Edições 70, 2010.

BAUMAN, Zygmunt. *Identidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

CORWELL, John. *Os cientistas de Hitler: ciência, guerra e o pacto com o demônio*. Rio de Janeiro: Imago, 2003.

FLUSSER, Vilém. *O universo das imagens técnicas: elogio à superficialidade*. São Paulo: Annablume, 2008a.

_____. *A história do diabo*. São Paulo: Annablume, 2008b.

_____. *Língua e realidade*. São Paulo: Annablume, 2009.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

_____. *O nascimento da biopolítica*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

_____. *Estética, literatura e pintura, música e cinema*. Trad. Manoel Barros da Motta. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.

HABERMAS, Jürgen. *O futuro da natureza humana*. 2 edição. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2010

HALL, Stuart. Quem precisa de identidade?. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

HARAWAY, Donna J. Manifesto Ciborgue: ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX. In: TADEU, Tomaz. (Org.). *Antropologia do ciborgue: as vertigens do pós-humano*. 2edição. Belo Horizonte, MG: Autêntica/Mimo, 2009.

HOYLLER, Sandra Helena Loureiro. *Valores e educação na história e no imaginário de oito professores de São Paulo*. São Paulo, 2009. Dissertação. Mestrado em Educação – Universidade Nove de Julho.

REGIS, Fátima. *Nós ciborgues*. Curitiba: Champagnat, 2012.

RIOS, Terezinha Azevedo. Ética e competência. São Paulo: Cortez,201

SILVA, Daniele Nunes Henrique da. *Como brincam as crianças surdas*. São Paulo: Plexus, 2002.

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: _____ (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

TIBURI, Márcia. *Filosofia pop: poder e biopoder*. São Paulo: Bregantini, 2011.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

ZELDIN, Theodore. *Uma história íntima da humanidade*. Rio de Janeiro: Bestbolso, 2011.

Imagem: www.rgbstock.com