

Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white, sans-serif font centered within a solid blue rectangular background.

Consumo, hierarquias sociais e colonialidade econômica [Consumption, social hierarchies and economic colonialism]

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	dos Santos, Luciane Lucas
Publisher	Espaço Ética Ltda.
Rights	Creative Commons Copyright (CC 2.5)
Download date	2026-06-18 12:41:54
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/233800

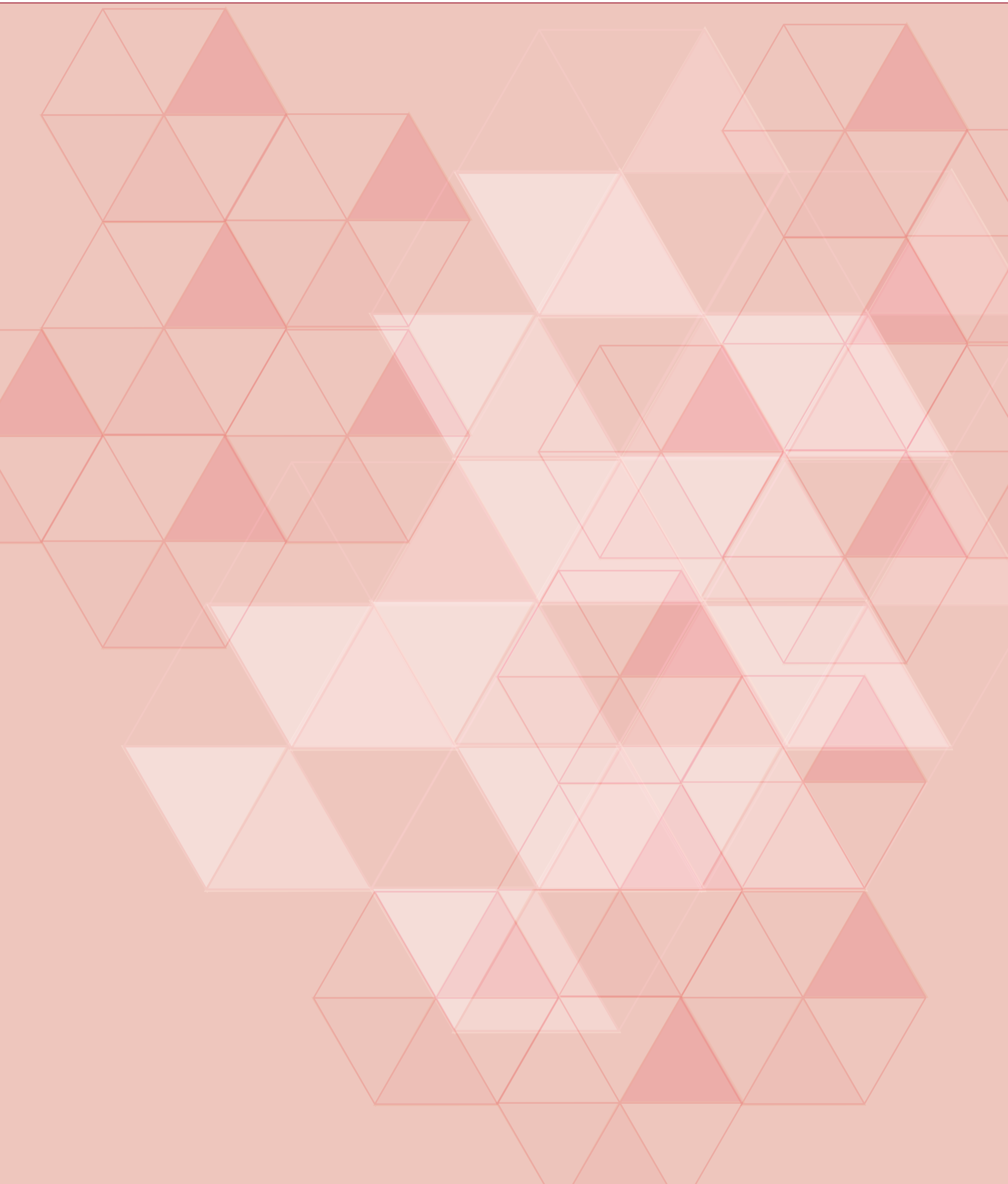
REVISTA
espaçoética

EDUCAÇÃO, GESTÃO E CONSUMO

SÃO PAULO, ANO II, N. 06, SET./DEZ. DE 2015



**Como é possível gerenciar a
escassez de recursos naturais
incentivando o consumo?**



Consumo, hierarquias sociais e colonialidade econômica: na contramão de uma banalização da consciência

Autora: Luciane Lucas dos Santos

Efeitos prejudiciais da irresponsabilidade consumista e a importância do artesanato e da reciclagem como soluções para a crise ambiental

Autor: Renato Nunes Bittencourt

A educação ambiental brasileira como campo científico: crítica e emancipação para uma sustentabilidade contra-hegemônica

Autora: Fernanda Belizário

Consumo, hierarquias sociais e colonialidade econômica: na contramão de uma banalização da consciência¹

Luciane Lucas dos Santos²



O consumo ocupa hoje um lugar de tal modo central na vida cotidiana que disputa com o trabalho o papel de eixo motriz na construção das identidades. Neste artigo, discuto a relação entre o consumo e a naturalização de hierarquias sociais – de gênero, étnico-raciais, de classe –, questionando os limites de um discurso que apele à consciência, se mantida a perspectiva da distinção social. Reflito sobre o mito do consumo como ato individual e racional e busco trazer, também, para o espaço de discussão, uma análise sobre o consumo produtivo, geralmente ignorado nos estudos do consumo. Primordialmente, exploro a relação entre consumo e colonialidade econômica, buscando evidenciar o caráter epistêmico e político desta conexão oculta, de modo a apontar alguns de seus efeitos ambientais, estéticos e culturais.

Financiamento: Este artigo resulta de uma pesquisa pós-doutoral financiada pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT), por meio do Programa Operacional Potencial Humano do Fundo Social Europeu (POPH/FSE), sob a supervisão de Boaventura de Sousa Santos. A pesquisa ocorreu no âmbito do projeto internacional “Alice: Strange mirrors, Unsuspected lessons”, coordenado por Boaventura de Sousa Santos, no Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra. O Projeto Alice é financiado pelo European Research Council/7th Framework Program of the European Union (FP/2007-2013)/ERC Grant Agreement n. [269807]

1. Introdução

A notícia se espalhou rapidamente. Referência absoluta nas histórias em quadrinhos, o Super-Homem – que nasceu em Krypton, mas encarna os princípios da cultura americana – decide, em episódio recente, desvincular sua imagem dos Estados Unidos, tornando-se um cidadão do mundo. O fato acontece na edição n. 900, depois de o personagem participar de uma manifestação no Irã contra Ahmadinejad e sua presença ser entendida como uma provocação americana. Embora haja muitas formas de ler a decisão do super-herói, uma pergunta permanece: se o ícone máximo receia ser identificado com a política dos EUA, estaríamos diante de mais um episódio de declínio do império americano? Estaria tal estilo de vida em crise e, com ele, seu ideal de liberdade e felicidade?

Ícone da cultura de massa, o recuo político-identitário do Super-Homem é emblemático. Se, por um lado, revela a investida de transformar o Super-Homem num símbolo transnacional, como acontece com tantos outros elementos da cultura americana, por outro, aponta, nas suas entrelinhas, para o embaraço inevitável diante de um conjunto de valores e perspectivas. Apesar de a editora

¹ Este paper constitui uma versão revista, atualizada e ampliada de um artigo publicado na *Revista Ética*, v. 2, Afeto & Consumo, Duetto/Espaço Ética, 2011.

² Luciane Lucas dos Santos é pesquisadora no Centro de Estudos Sociais (CES) da Universidade de Coimbra. Pertence à equipe de pesquisa do Projeto Alice - Espelhos Estranhos, Lições Imprevistas, projeto internacional financiado pela European Research Council, coordenado pelo prof. dr. Boaventura de Sousa Santos. Integra, também, desde 2008, o Grupo de Estudos sobre Economia Solidária (Ecosol/CES). Concluiu o doutoramento em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro em 2004. Atualmente, sua pesquisa está relacionada aos seguintes temas: teoria crítica do consumo, economias comunitárias, economias pós-coloniais, economia feminista, estética feminista.

dos quadrinhos do Super-Homem insistir que a decisão do personagem tem a ver com a necessidade de uma cidadania global – o que equivale, em outros termos, a uma ampliação do mesmo modelo ocidental de civilização –, a decisão do super-herói deixa entrever uma dissociação simbólica. E, com ela, uma crítica subjacente ao modo de vida americano e às decisões tomadas para garantir sua manutenção.

O consumo intensivo aparece como um dos alicerces deste estilo de vida, forma indispensável no *american way of life*, e nunca foi objeto de tanta controvérsia como agora. Não apenas nos Estados Unidos, mas em todo o mundo. Embora a cultura de consumo não seja uma particularidade do mundo contemporâneo – já fazendo parte das sociedades dos séculos XVII e XVIII, conforme nos relata o historiador Peter Burke (2008) –, a obsolescência que hoje presenciamos é um fenômeno relativamente recente. Com esta consolidação de uma estética do descartável, muitos desdobramentos culturais, ambientais e socioeconômicos chamaram a atenção da comunidade científica e da opinião pública. A consciência tem sido evocada, tanto dos indivíduos quanto dos agentes econômicos que movimentam o mercado. Problematizar esta questão da consciência na cultura de consumo contemporânea, mostrar as invisibilidades de que o discurso do consumo pode ser portador e apresentar algumas conexões ocultas com a colonialidade do poder são alguns dos objetivos deste artigo.

2. Afetos, consumo e identidade: a cultura material como narrativa

O discurso da sustentabilidade e do consumo consciente disseminou-se por toda parte. Espécie de insígnia tatuada no corpo das organizações (e também dos indivíduos), os títulos “sustentável” e “consciente” prometem funcionar como espada da justiça: separar os bons dos maus, o joio do trigo. Com esta pretensa seleção natural do próprio sistema – tendo por juiz o consumidor esclarecido –, muitas questões desaparecem do horizonte do debate. Especialmente as de caráter social e econômico, dado que o termo parece



reduzir-se, no imaginário social, às variáveis ambientais. Também desaparecem da cena as questões relativas ao sujeito: estaria o indivíduo, amarrado como está nas teias do pertencimento e da distinção (SANTOS, 2011, 2012), disposto a sacrificar o desejo em nome do bem comum? Poderia a consciência manifestar-se em território tão primitivo como o do desejo? E de modo mais objetivo: seria possível ressuscitar, no âmbito do consumo, a percepção política do coletivo? Se a resposta for afirmativa, como o faríamos?

O consumo ocupa hoje um lugar de tal modo central na vida cotidiana que disputa com o trabalho o papel de eixo motriz na construção das identidades. Essa dimensão do consumo se explica por duas razões: em primeiro lugar, porque não consumimos apenas bens materiais, mas também ideias e concepções de mundo, representações midiáticas, estilos de vida; em segundo lugar, porque, de algum modo, todos operamos simbolicamente sobre o mundo, seja para comunicar quem somos, aderir a grupos com valores e códigos semelhantes ou entabular relações. Isso significa que comunicamos coisas sobre nós a partir do modo como desempenhamos rituais cotidianos, como comer, ouvir música, fazer exercícios ou nos vestir. E não só: também nos relacionamos com outras pessoas a partir do mundo dos bens, o que equivale a dizer que comunicamos afetos (amor, raiva, angústia, ansiedade, desejo) e interagimos com o Outro, sempre mediados por bens materiais e simbólicos. A onipresença desses bens nos momentos mais corriqueiros das relações – como receber os netos em casa para o almoço de domingo, levar um(a) amigo(a) para jantar num restaurante elegante ou fazer compras com a família no supermercado – demonstra como o consumo se tornou indispensável na mediação social e na comunicação dos afetos.

O alcance do consumo, portanto, não se resume à sua condição de marcador identitário. Sua influência se faz sentir na própria experiência cotidiana das relações, à medida que a linguagem se apresenta como mediadora e pode se manifestar na forma de objetos “que a cultura e a classe social consideram adequados para a ocasião” (KEHL, 2004, p. 79). A onipresença dos bens nas situações mais banais e íntimas do cotidiano revela o quanto o consumo se tornou uma mediação indispensável para a expressão dos afetos. Esse processo de mediação ininterrupta se consolida à medida que assimilamos que “o propósito de comprar não é tanto comprar as coisas que as pessoas querem, mas lutar para continuar se relacionando com os sujeitos que querem essas coisas” (MILLER, 2002, p. 161-162).

Naturalmente, essa correlação entre atos de consumo e relações sociais tem um efeito a considerar. Embora o consumo pareça uma questão pessoal, o repertório que o sustenta e valida é social (CERTEAU, 1994; ROCHA, 2006). Isso quer dizer que, embora os indivíduos res-signifiquem, a todo momento, os conteúdos que recebem, como Michel de Certeau (1994) já afirmou, eles estão sempre presos a uma teia de significados validados socialmente. São esses significados sociais, aliás, que conferem poder simbólico aos bens que circulam, fundamentando a busca individual e coletiva por pertencimento e diferenciação a partir da cultura material. A questão que aqui interessa observar é que, nas entrelinhas da conexão entre consumo e afeto, consolidam-se as estruturas objetivas e subjetivas do tecido social. Sendo o gosto um produto sociocultural, revelá-lo a partir das escolhas equivale a comunicar o lugar ocupado na sociedade, distanciando-se também – e visivelmente, de preferência – daqueles que não compartilham os mesmos códigos. Dito de outro modo: nossos gostos, nossas escolhas, nossos apetites servem, antes, para nos legitimar socialmente. Por essa razão, Bourdieu (1984, p. 6) vai dizer que o gosto classifica o classificador.

Assim, não seria exagerado dizer que o consumo penetra os espaços subcutâneos do social. Nesse processo, o mercado desempenha papel fundamental, já que aciona, com suas estratégias, um sistema hegemônico de representações. Nas entrelinhas dessa produção simbólica, que naturaliza uma perspectiva de leitura do mundo, impactos sociais, econômicos e culturais se multiplicam, embotados quase sempre por conceitos que já assimilamos e aos quais aderimos sem pensar muito:

prazer, elegância, conforto, ascensão social, pertencimento. Por trás dos símbolos e das promessas que eles contêm, impactos de diferente natureza são minimizados no imaginário social a partir de argumentos praticamente inquestionáveis: geração de empregos diretos e indiretos, desenvolvimento, bem-estar social, inclusão, crescimento econômico. Quem ousaria questionar palavras como essas? A ideia do consumo como locomotiva do desenvolvimento e do bem-estar social parece sempre plausível e acolhedora de novos adeptos. Em contrapartida, as hierarquias socioculturais que sua lógica fomenta tornam-se de tal modo cotidianas e corriqueiras que o oxímoro resultante dessa incompatibilidade – bem-estar social e hierarquias socioculturais – simplesmente desaparece do campo de visão.

O esvaziamento e a banalização que presenciamos em alguns termos que se disseminam no ambiente corporativo e no discurso midiático – sustentabilidade sendo um deles – e o reducionismo neoliberal que encontramos em outros – o de consciência, por exemplo – mantêm estreita ligação com os rumos contemporâneos do próprio conceito de identidade. Individual e coletiva. A identidade – que, naquilo que chamamos primeira modernidade, esteve tão atrelada ao mundo da produção e do trabalho – tem hoje como expressão máxima o consumo. A relação entre consumo e identidade constitui a chave para compreendermos a força simbólica dos conceitos disseminados pela comunicação das marcas – estejamos falando de vestuário, alimentação, moradia, lazer, experiências culturais. O capitalismo não é só um sistema que orienta e impulsiona as trocas econômicas; ele também se tornou um parâmetro civilizacional, conforme adverte Boaventura de Sousa Santos (2003), naturalizando e incentivando gradações e diferenças, sedimentando na dinâmica sociocultural o gosto pela competição e pela busca hierárquica do *status*.

Na condição de alavanca do capitalismo como civilização, cujos valores norteiam nosso estar no mundo, o consumo constitui um sistema de classificação social (SANTOS, 2011). Torna-se banal perseguir valores que nos coloquem em posição de destaque; estranho é quem não o faz. Se é fato que os afetos nos determinam na busca da preservação da potência, e que o conhecimento sobre o modo como somos afetados ajuda a determinar nossas ações, também é fato que nossos afetos estão colonizados. Desde o inconsciente. E não é por outra razão que Foucault (2005) vai insurgir-se contra a psicanálise, detectando que também o inconsciente é pensado politicamente como esfera burguesa, com todos os sonhos e desejos perpetrados por um imaginário burguês. O desejo não é terreno fresco. Há marcas de pés nele.

Ainda assim, tornou-se bastante comum falar em consumo consciente. Há, inclusive, muitas reflexões teóricas que apontam nessa linha. Mas será mesmo possível apostar nessa ideia, tendo em vista os valores subjacentes que conferem tônus ao consumo como prática individual? Para ser emancipatório, contra-hegemônico e dotado de uma dimensão política, o consumo precisa abdicar de prerrogativas que hoje são nevrálgicas em seu modelo. É preciso abdicar do círculo vicioso em que hoje se vive – o da distinção social. E o primeiro passo é reconhecer o tanto de mal que pode existir nas tentativas frequentes de negociação com o capitalismo, como se fosse possível humanizá-lo. Essa negociação permanente e esse desejo de reformular por dentro a civilização capitalista não permitem ver experiências econômicas autônomas e aprender com elas, embora elas existam em abundância espalhadas pelos diferentes continentes (SANTOS, 2003; GIBSON-GRAHAM, 2006, 2007; SETHI, 2003; BHOWMIK, 2003; RAMOSE, 2010; HESPANHA; SANTOS, no prelo; SANTOS; SILVA, 2014; SANTOS, 2016; CUNHA, 2011; TRINDADE, 2011).

A esses diferentes modos de produzir conhecimento e de os plasmar em práticas sociais e alternativas epistemológicas – na contramão de uma ficção colonial e eurocêntrica de universalidade que a ciência moderna ajudou a disseminar –, Sousa Santos chamou

“Epistemologias do Sul”³ (SANTOS, 1995, 2014; SANTOS; MENESES, 2010). Por meio dessa perspectiva, mostra não só a necessidade de se evocarem outros imaginários epistemológicos relativamente à construção de sentido no Ocidente, como evidencia, também, a diferente relação dessas formas de conhecimento com a Natureza, ajudando-nos a compreender que outros modos de produzir e consumir podem coexistir – e de fato coexistem – com a racionalidade econômica moderno-ocidental:

Para nós conhecermos e, sobretudo, conhecermos de uma maneira que seja capacitante, que dê credibilidade e importância a estas experiências não eurocêntricas e que vêm de outras regiões do mundo – informadas por outras cosmovisões, por outros universos simbólicos, por outras maneiras de ver a vida, por outras maneiras de ver a natureza e de conceber a natureza – para isto nós precisamos realmente de outras formas de conhecimento. Porque o conhecimento eurocêntrico nas ciências sociais e aliás [n]as outras ciências – que também tem muito mais de contextualização cultural do que a gente pode imaginar – este conhecimento foi construído para não valorizar estas outras experiências. Dou-te um exemplo: o nosso conceito de Natureza como recurso natural [...] É muito difícil, hoje, na nossa comunidade científica [...] que a gente conceba a Natureza de outra forma senão recurso natural – o rio é um objeto, as montanhas são objetos, os recursos naturais são para explorar, o petróleo é para explorar até o tutano. Podemos explorar estes recursos todos sem nenhum limite. Ora bem, esta concepção de Natureza é uma concepção eurocêntrica [...] Há outras concepções [...] em que a Natureza é um ser vivo, não está separada de nós . . . nós somos parte da Natureza. E, portanto, a natureza não é um recurso natural. A Natureza é a Terra-Mãe de onde vem tudo [...] Como é que eu vou, com o conhecimento científico eurocêntrico, analisar estas questões? [...] O nosso conhecimento está feito na base cartesiana, na diferença entre as coisas e as pessoas. Portanto, é necessário uma revolução epistemológica. Como eu costumo dizer, não há justiça social global sem justiça cognitiva global. Ora bem, as epistemologias do sul são exatamente uma tentativa de realizar esta justiça cognitiva global, ou seja, trazer outros conhecimentos para dentro do conhecimento científico [...] Basta olhar para a China e pra Índia, onde as suas cosmovisões e os seus universos simbólicos e os seus conhecimentos milenares são totalmente distintos daqueles que existem na Europa, para não falar da África, para não falar das comunidades camponesas e indígenas da América Latina e também da própria América do Norte [...] O sul [aqui] é o sul anti-imperial [...], é o sul que resiste e que produz alternativas em relação ao imperialismo e ao colonialismo do Norte (SANTOS, 2012, 1:00’- 4:02’).

No âmbito das outras economias, essas epistemologias do Sul significam, então, outras racionalidades e modos de organizar a vida material (SANTOS, 2016; CUNHA, 2011; TRINDADE, 2011). Elas nos ajudam a perceber que aquilo que compreendemos como

³ As Epistemologias do Sul, em que o Sul funciona como categoria sociológica e não como localização geográfica, põem em evidência aqueles conhecimentos subalternos que a ciência moderna marginalizou e que representam diferentes modos de ser, viver e construir sentido. Apontam para três desafios epistemológicos: 1) reconhecer que “qualquer conhecimento válido é sempre contextual, tanto em termos de diferença cultural como em termos de diferença política” (SANTOS; MENESES, 2010, p. 9); 2) perceber que o que entendemos, hoje, como epistemologia não passa de um “localismo globalizado” (SANTOS, 2006), ou seja, “de uma epistemologia contextual que assenta numa dupla diferença: a diferença cultural do mundo moderno cristão ocidental e a diferença política do colonialismo e capitalismo” (SANTOS; MENESES, 2010, p. 10) e 3) constatar que esta redução epistemológica não dá conta de todas as experiências válidas de conhecimento, a partir das quais estruturam-se as diferentes práticas sociais e políticas espalhadas pelo mundo. Esta “sacada epistemológica” nos permite observar, com mais atenção, as componentes políticas e culturais que subjazem às diferentes concepções de conhecimento, descortinando a ficção da neutralidade, mostrando seus potenciais emancipatórios e revelando suas inevitáveis incompletudes. A respeito da incompletude das diferentes formas de conhecimento, ver Santos (2006).

economia – baseado no trabalho assalariado, no mercado e na empresa capitalista – é, na verdade, apenas “uma pequena parcela das atividades através das quais produzimos, trocamos e distribuimos valores” (GIBSON-GRAHAM, 2007, tradução da autora). Iniciativas coletivas no campo da produção, do consumo e do crédito, desconhecidas ainda por muita gente, confrontam as formas institucionalizadas de organização econômica: trazem à superfície diferentes modos de calcular comensurabilidade, desempenhar o trabalho, remunerar mão de obra e distribuir excedentes (GIBSON-GRAHAM, 2007). Evidenciam, assim, não só a potência de novos imaginários econômicos (GIBSON-GRAHAM, 2006) como também a dimensão política de que podem revestir-se, já que permitem a articulação comunitária com vistas ao enfrentamento de diferentes formas de desigualdade.

Ainda assim, na contramão da diversidade de formas de produzir e consumir, o imaginário social dominante continua a concentrar sua atenção e a depositar sua expectativa no capital, como se fosse impossível prescindir dele. É nesse ponto que a consciência efetiva requererá dos indivíduos mais do que intenção e alguns boicotes. Uma sociedade igualitária sempre será incompatível, por definição, com o desejo de distinção social inerente ao consumo. E embora formas de sociabilidade sejam, sem dúvida, produzidas a partir dele, modos mais ricos de coesão social, capazes de efetivamente consolidar a cidadania como exercício político, vão sempre destoar dos desejos de acumulação e expurgo típicos do capital e de sua circulação.

3. O consumo e as muitas formas de produzir ausências e invisibilidades

Se um consumo emancipatório e solidário existir, ele deve escutar e respeitar outros saberes, outros ritmos – questionadores do tempo de otimização do lucro –, outras formas de produzir e outras escalas, em vez do argumento de que só as grandes escalas resultam (SANTOS, L., 2011; SANTOS, 2006, 2007). Mais ainda, esse consumo implicará, se dele for possível falar, um olhar menos colonizador sobre a diferença. É preciso lembrar que a diferença em si mesma não oprime – antes é o seu escalonamento, segundo uma régua definida por elites econômicas e disseminada por elites midiáticas, que o faz. O que oprime, portanto, é a desigualdade que provém de um estranho sistema hierárquico que se naturaliza no ambiente social. Foi Boaventura de Sousa Santos quem melhor definiu esta violência silenciosa que se materializa no corpo e na alma de um enorme contingente de homens e mulheres. Chamou-a de monocultura da naturalização das diferenças (SANTOS, 2006, 2007), em que as diferenças tornam-se argumentos para a hierarquia.

De modo mais amplo e tendo em conta as diferentes formas de produção de ausência⁴ a que Sousa Santos (2006, 2007) se refere, argumento que estamos diante de uma metamonocultura do consumo (SANTOS, 2011), em que diferentes formas de silenciamento da alteridade encontram ressonância neste campo diário de construção da identidade e da distinção que é o consumo. Equivale a dizer que vários saberes, temporalidades, identidades, escalas e produtividades podem ser simultaneamente silenciadas em nome de um sistema simbólico de atribuição de sentido cujo *modus operandi* repousa na pressuposição da racionalidade moderno-ocidental como única possível. A desvalorização progressiva dos bens – pela obsolescência programada na produção, pelas engrenagens da moda e/ou pela emergência de novos desejos de consumo – articula os mundos da produção, do consumo e do trabalho, envolvendo-os naquilo que Mészáros (2009) chamou de tendência decrescente do valor de uso das mercadorias. Isso significa que embora falemos muito de consumo e produção como formas de estabelecer desenvolvimento e crescimento econômico nacionais, raramente nos damos conta de que a economia tem se ancorado numa estranha “disjunção entre produção para as necessidades sociais e au-

4 As cinco formas de produção de ausência, a que Boaventura de Sousa Santos (2006, 2007) denominou monoculturas, são: monocultura do saber, do tempo linear, da naturalização das diferenças, da escala dominante e do produtivismo capitalista.

torreprodução do capital” (ANTUNES, 2009, p. 12). Depreciar progressivamente o valor de uso do que é produzido deixa de ser um problema se isso significar constituir uma solução para a reprodução do capital (MÉSZÁROS, 2009).

Esta perigosa dissociação simbólica entre produção e capital e entre consumo e produção merece uma análise mais profunda, já que outros ritmos, lógicas e critérios de organização da economia e de seus símbolos desaparecem do campo de visão. O que tenho vindo a chamar de metamonocultura do consumo⁵ entrelaça saberes e mercado. Um primeiro ponto a observar, nesse sentido, é que ela evoca o discurso da ciência como base legitimadora para a pesquisa e o desenvolvimento contínuo de novos produtos e serviços, então disponíveis segundo a lógica competitiva do mercado. A todo momento, propagandas, embalagens e estratégias de comunicação mercadológica, valendo-se dos discursos científico e midiático, sugerem ao indivíduo que ele pode ter o corpo e a vitalidade que quer, o rosto que deseja, a idade que precisa. Simultaneamente, a lógica temporal do capitalismo, como modo de produção e consumo, se espalha por todas as dimensões da vida cotidiana, pontilhando de competição e desempenho não só os momentos do trabalho, mas também os do lazer. O tempo nervoso do capital atravessa rotinas, prometendo, pela via do consumo e através dos bens, costurar relações e fazer circular sentidos. Assim, enquanto o *fast-food* sinaliza a doação de tempo e de afeto de mães e pais trabalhadores cada vez mais ocupados, smartphones e outros dispositivos móveis prometem conexão permanente entre trabalhador e empresa, na permuta de horas extras e resposta imediata por signos de prestígio. Uma temporalidade monotônica assume a orientação dos atos de consumo e toda vez que um ritmo estranho a esta velocidade expectável de resposta acontece, ameaçando a lógica de performance, é automaticamente assumido como anacrônico e improdutivo.

Mesmo as formas de consumo colaborativo e de economia da partilha⁶ (*sharing economy* ou *peer-to-peer economy*), que envolvem uma dimensão coletiva e o respeito a uma temporalidade que considera os diferentes ritmos e talentos das pessoas, têm se adaptado à pressa dos mercados e das empresas e ao rearranjo dos recursos para aumentar a “produtividade” de indivíduos e grupos⁷. Embora o consumo colaborativo não seja o foco de análise deste artigo, lembramos que, apesar de os estudos e textos sobre o tema focarem na “atualidade” da partilha com ou sem o apoio de plataformas digitais (BOTSMAN; ROGERS, 2011; SCHOR, 2014; AGYEMAN; MCLAREN; SCHAEFER-BORREGO, 2013; BELK, 2010), a dimensão coletiva na organização da vida material está longe de ser uma novidade. Nesse sentido, é importante trazer à tona algumas das raízes ignoradas, nomeadamente as que provêm das economias anarquistas⁸ (GRAEBER, 2011) e das economias comunitárias (GIBSON-GRAHAM, 2006, 2007), em que a colaboração e a dimensão

5 Este conceito foi construído em diálogo com o conceito de sociologia das ausências de Boaventura de Sousa Santos (2006, 2007), em que cinco formas de produção de ausência são identificadas. Entendo o consumo como um terreno de experiências, como um espaço de produção de subjetividade e de validação de sentidos sociais em que essas cinco formas de produção de ausência podem se manifestar simultaneamente, com destaque para a chamada monocultura da naturalização das diferenças. Desenvolvemos mais este conceito de metamonocultura do consumo em Santos (2011).

6 Embora haja um leque muito diverso de iniciativas entendidas sob esta designação, dificultando um conceito que seja consenso, a economia da partilha costuma envolver quatro perspectivas, a saber: “a recirculação de bens, a utilização ampliada de bens duráveis, a troca de serviços e a partilha de bens de produção” (SCHOR, 2014, p. 2, tradução da autora).

7 Para uma descrição dos aspectos mais relevantes na economia da partilha, ver Schor (2014) e Matofska (2014). Ambas as autoras fazem uma leitura crítica ao consumismo e lembram a relevância da economia da partilha para as comunidades. Há, entretanto, outras leituras que enfatizam a economia da partilha como tendência capaz de introduzir novos modos de funcionamento nos mercados. Um exemplo é a perspectiva adotada por Botsman e Rogers (2011).

8 A Economia Anarquista traz à tona as reflexões dos chamados socialistas utópicos e propõe um modo diferente de pensar a produção e a propriedade: a propriedade privada ou do Estado cede lugar à propriedade coletiva da terra e dos recursos. Valorizam-se, também, como princípios básicos do anarquismo, a auto-organização, a associação voluntária e a ajuda mútua (GRAEBER, 2011). David Graeber, buscando uma base teórica mais sólida para pensar o anarquismo, analisa os contributos diretos e indiretos de alguns antropólogos, com particular atenção a Marcel Mauss e Pierre Clastres. Graeber nos mostra a relação estreita entre o pensamento anarquista, as economias coletivas e a ajuda mútua. Diz ele (2011, p. 31, tradução da autora): “Antes de Mauss se assumia [...] que as economias

coletiva desempenham papel fundamental e estruturante⁹. Essas experiências recuperam, numa série histórica, a evidência de que a auto-organização, a reciprocidade e a partilha de recursos não são formas de reinvenção do capitalismo – como um olhar desavisado poderia depreender – mas, antes, são formas originalmente não capitalistas, constituintes de modos particulares de construção da sociabilidade e de organização da vida material. Um bom modo de identificar essas raízes e conexões é voltar os olhos para as economias camponesas e indígenas, marcadas pela reciprocidade (SABOURIN, 2008a, 2008b; TEMPLE, 2004; CLASTRES, 2011; SANTOS, 2016). Ou, ainda, para as economias coletivistas e mutualistas que marcaram os escritos de Proudhon e Bakunin e para a economia dos bens comuns, em que o coletivo é a instância que responde pela gestão dos recursos de uso comum (OSTROM, 1990; CALDAS, 2013). Sem dúvida, a experiência que hoje toma forma e assume o nome de consumo colaborativo tem características próprias, é essencialmente urbana e, por vezes, só mantém pálidas conexões com essas formas mais antigas de construção coletiva da economia. De toda forma, importa referir aqui duas coisas: 1) que essa valorização do coletivo como dimensão de decisão e partilha é bastante importante e capaz de promover mudanças, mas não nasce com a disseminação de plataformas *peer-to-peer*, ainda que tenham contribuído para maior adesão de pessoas e 2) que algumas experiências de economia da partilha, em particular as que têm fins lucrativos, correm risco de sucumbir ao tempo nervoso do capital. É este, aliás, o ponto que queremos ressaltar, mostrando que não é só o consumo capitalista – como o conhecemos – que experimenta a monocultura do tempo linear (SANTOS, 2006, 2007).

Este consumo capitalista, aliás, tem outros impactos para além da legitimação de um tempo nervoso e de um saber hegemônico. Ao estimular dinâmicas globais na produção de bens materiais e simbólicos que usualmente privilegiam demandas e investimentos situados (como no caso da agroindústria das flores na Colômbia¹⁰ e da indústria salmonera no Chile), o mercado capitalista desestabiliza as experiências locais e, em nome de interesses hegemônicos, constrói “globalismos localizados” (SANTOS, 2006). Isso significa dizer que “para responder a estes imperativos transnacionais, as condições locais são desintegradas, marginalizadas, excluídas, desestruturadas e, eventualmente, reestruturadas sob a forma de inclusão subalterna” (SANTOS, 2006, p. 404). É desse modo que o modelo capitalista de produção e consumo valida saberes hegemônicos com a promessa de assertividade para problemas de amplo espectro – caso do agronegócio, apresentado como alternativa para a fome mundial. Em nome das escalas, e no contexto de uma produtividade capitalista, o mercado refaz espaços e espacialidades¹¹, de modo a

sem dinheiro ou sem mercado operavam por meio da troca; buscavam [assim] simular o comportamento do mercado [...] porém não haviam desenvolvido fórmulas sofisticadas de o fazer. Mauss demonstrou que, de fato, se tratava de economias baseadas na dádiva. Não se baseavam no cálculo, mas sim na recusa do cálculo; estavam fundamentadas em um sistema ético que rechaçava conscientemente a maioria do que chamaríamos de princípios básicos da economia. Não era uma questão de não terem aprendido a buscar o benefício a partir de meios mais eficientes; na verdade, consideravam que basear uma transação econômica, pelo menos as que se realizavam com aqueles que não tinham por inimigos, na busca de benefícios, era algo profundamente ofensivo”.

9 Também importa referir aqui as economias solidárias. A Economia Solidária pode ser entendida como o conjunto dos arranjos econômicos coletivos de produção, consumo, comercialização ou crédito, em meio rural ou urbano, que estejam baseados na autogestão, na solidariedade (como redistribuição equitativa de bens e oportunidades) e na cooperação. No campo do consumo solidário, que ainda precisa ser fortalecido quando comparado à produção associada, as iniciativas coletivas estão marcadas por uma perspectiva crítica e por uma dimensão política. Algumas experiências de Economia Solidária têm sido apontadas também como consumo colaborativo, a exemplo das feiras de troca, do uso de moedas complementares, dos bancos de tempo, dos equipamentos comunitários. Para saber mais sobre o consumo solidário, ver Hespanha e Santos (no prelo), Santos (2011, 2012) e Santos e Silva (2014).

10 Conforme demonstram Rezera e Lozano (2010, p. 158), a agroindústria das flores surge, na Colômbia, como “um empreendimento de investidores estrangeiros”, predominantemente americanos, sendo os Estados Unidos, ainda hoje, um dos principais mercados compradores.

11 Um dos exemplos que ilustra esta relação entre uso do espaço, produtividade e dinâmicas cada vez mais globais de produção é o do coltan – minério de grande valor para setores que envolvem alta tecnologia. Também chamado de columbita-tantalita, o coltan está presente em celulares e outros aparelhos eletrônicos. O mercado encontra formas de obter coltan, em grande escala, na República Democrática do Congo (RDC), alimentando o financiamento tácito de uma guerra civil, em que uma boa parte da população congoleza é chacinada ou expulsa de suas casas pelas forças rebeldes dos países vizinhos (como é o caso do Exército Patriótico Ruandês – RPA). Conforme dados da ONU, empresas internacionais de comércio de minérios importam coltan da RDC via Ruanda, alimentan-

otimizar o uso de recursos naturais para a produção de bens na quantidade e intensidade desejadas por aqueles que dominam o jogo geopolítico.

Por fim, a perspectiva de distinção social que o consumo aciona também implica – e este talvez seja o aspecto a se ressaltar com maior ênfase – a naturalização de uma hierarquia da diferença¹². Hierarquia que se materializa nos próprios corpos dos sujeitos, a partir de estéticas dominantes, que determinam o belo, o harmônico, o adequado, e de uma construção social genderizada e racializada do gosto. Ou seja, o gosto, ao classificar o classificador (BOURDIEU, 1984), se constitui e legitima como aparato através do qual as sociedades atribuem papéis e lugares às pessoas e sentidos implícitos às coisas. Nesses termos, o discurso do consumo, amparado pela publicidade e por uma estética moderno-ocidental que lhe é subjacente, faz circular representações hierarquizantes de gênero, classe, raça e sexualidade. Numa naturalidade socialmente fabricada, a serviço da reprodução de diferentes padrões hegemônicos e de papéis expectáveis de gênero, o gosto tece, legitima e faz parecer normal a hierarquia entre os sujeitos. Embora possa mostrar-se polifônico como narrativa – já que há sempre indivíduos que portam signos numa perspectiva intencionalmente transgressora –, o consumo funciona como eixo reprodutor de epistemologias e estéticas hegemônicas.

Assim, e tendo em conta as colonialidades estética e econômica¹³ que podem residir nas entrelinhas de uma geopolítica do consumo e da produção que dele não se dissocia, pensamos que uma teoria pós-colonial do consumo pode vir a preencher uma lacuna epistemológica importante. Se por um lado batemos sempre na tecla do consumismo, por outro, desconsideramos a crítica necessária ao próprio *modus operandi* do consumo na tessitura do cultural e do simbólico. Se por um lado falamos em consciência do indivíduo nos seus atos de compra, por outro desconsideramos a colonização do imaginário (QUIJANO, 1992), a partir da qual o pensamento moderno-ocidental tem conformado matrizes culturais, papéis sociais, juízos estéticos e sociabilidades. O gosto e o juízo estético servem, como já vimos, de álibi para a construção social da hierarquia.

Diante dessa correlação nem sempre visível entre consumo e diferentes formas de produção de ausência/invisibilidade, torna-se necessário recontextualizar o próprio sentido da palavra “consciência”, bastante banalizada nos dias de hoje. No âmbito do consumo, não é raro que a evocação da consciência esbarre em uma indignação por vezes seletiva. Exemplos não faltam. Pessoas estalam os dedos em shows de rock para salvar crianças da fome numa África imaginada e de contornos difusos, mas sem a mínima noção de como empresas transnacionais e governos de diferentes países compram terras neste mesmo continente para suportar suas próprias



do o mercado negro. Multinacionais e empresas mistas consolidam seus negócios na região, criando condições para a circulação do coltan congolês no mercado internacional. O fetiche das mercadorias esconde, assim, suas condições de produção, bem como o consumo produtivo implícito na escala que garante a circulação ininterrupta desses bens.

12 Sousa Santos (2006, 2007) vai chamar esta monocultura de monocultura da naturalização das diferenças.

13 A colonialidade estética a que me refiro, neste e em outros textos, diz respeito a três dimensões: 1) ao apagamento histórico, no imaginário social, das construções simbólicas que deram origem à estrutura corrente de sensibilidade e gosto; 2) à construção ficcional da “distinção” como lógica universal e intrínseca a todas as formas de consumo, inviabilizando outras sensorialidades, outras semânticas do gosto e outras lógicas de pertença; 3) à correlação imediata entre consumo e bem-estar, definindo-se este bem-estar a partir de critérios eurocêtricos e sendo eles o ponto de partida para o desenvolvimento neoxtrativista e para programas de financiamento nos países do Sul e 4) à genderização, racialização e heteronormativização na construção dos sentidos sociais de que os bens são portadores.

produções e consumo, comprometendo a soberania alimentar de nações inteiras¹⁴. Pessoas consomem produtos de empresas que dizem aderir ao comércio justo e têm selo de grandes certificadoras sem questionar como critérios não participativos podem definir (e definirão) a exclusão de um sem número de pequenos produtores em diferentes localidades. Também não se perguntam como relações econômicas podem manter-se desiguais e engessadas entre um Norte que supostamente “leva o desenvolvimento” e um Sul “para quem são transplantados recursos”¹⁵. Pessoas aderem a programas de reciclagem e preocupam-se com os impactos ambientais, inclusive de cadeias produtivas específicas, mas não se indignam diante do racismo ambiental institucionalizado, de acordo com o qual a maior carga de danos ambientais recairá com frequência sobre a população pobre e negra. Onde está, efetivamente, a consciência? De que modo os hábitos de consumo têm contribuído para rever fluxos, ressignificar sentidos, restaurar direitos aos trabalhadores, produzir justiça ambiental e social?

Claro que, individualmente, cada qual pode fazer diferença. Mas convém não esquecer algumas questões-chave: 1) que o simbólico tem materialidade na vida das pessoas e costuma ser esquecido nas análises críticas e nas expectativas de mudança do quadro; 2) que o consumo como ato racional e individual é um mito, já que os sentidos que habitam os bens são socialmente construídos; 3) que o problema não está apenas no excesso e que focar a crítica no “consumismo” retira do debate todos os outros pontos “cegos” inerentes à própria dinâmica do consumo; 4) que a dimensão política do consumo deve ter uma tríplice função: a de desvelar os signos por trás das coisas, a de resgatar a inextricabilidade entre consumo e produção e a de trazer o consumo produtivo para debate; 5) que o consumo produtivo também comunica coisas, ao reiterar fluxos de poder, fortalecer mecanismos institucionais de racismo ambiental e criar um discurso mítico sobre o desenvolvimento; 6) que há uma colonialidade econômica¹⁶ por trás do consumo e que ela foi instaurada a partir de uma narrativa dominante do desenvolvimento, que dissemina critérios eurocêntricos de pobreza e riqueza¹⁷; 7) que há uma colonialidade estética por trás do discurso do consumo e que ela se caracteriza por apagar da memória coletiva as marcas eurocêntricas das construções simbólicas que deram origem à estruturação da sensibilidade e do gosto no imaginário social.

4. A colonialidade econômica pela mão do consumo: entendendo por que é preciso problematizar o consumo produtivo

Se é essencial a percepção política sobre o consumo – tendo em conta aquilo que ele hoje é e o que tem vindo a esboçar como experiências contra-hegemônicas (caso do consumo crítico, do consumo solidário, de algumas formas de consumo colaborativo, de

14 Não se trata somente do *land grabbing*. Decisões e *guidelines* de organismos multilaterais também interferem nas economias e na soberania dos países. Vejamos um exemplo. A economia africana – sobretudo em Benin, Mali, Burkina Faso e Chade – está muito fundamentada na exportação do algodão (principalmente da fibra, usada na indústria têxtil). O grão do algodão também serve, neste continente, para alimentar a produção local de óleo comestível. Com a onda de privatizações estimulada pelo Banco Mundial, inclusive das fábricas de debulha do algodão (retirada dos grãos), os produtores locais ficaram sem a garantia de matéria-prima, já que as empresas privatizadas já não viam sentido em destinar os grãos para estes produtores de óleo de algodão. Vemos que o mercado internacional e o Banco Mundial influenciam de uma forma muito incisiva os rumos da economia africana. Enquanto o Banco Mundial demanda a privatização de empresas na África e, assim, “desmantela os sistemas nacionais de protecção aos produtores de algodão da África” (KERN; AMADOU, 2005), por outro, é conivente com os subsídios norte-americanos e europeus aos seus agricultores. Para saber mais, ver Kern e Amadou (2005) e Linard (2003).

15 É importante lembrar que outras perspectivas do comércio justo são possíveis e hoje têm sido discutidas. Um bom exemplo deste debate tem sido feito pela Xarxa de Consum Solidari, que valoriza as possibilidades de parceria Sul-Sul. Para saber mais, ver Vivas e Montagut (2006).

16 Desenvolvo, aqui, uma perspectiva de colonialidade econômica, explicada em mais detalhes adiante, a partir de referências pós-coloniais e de(s)coloniais – com atenção especial, neste artigo, às de(s)coloniais, nomeadamente Quijano (1992, 1997, 2010), Mignolo (2000, 2005) e Lugones (2008). São igualmente essenciais para o modo como entendo e penso a colonialidade econômica os contributos de Zein-Elabdin e Charusheela (2004) e de Santos (2006, 2007). Relativamente ao termo colonialidade propriamente dito, eu o tomo emprestado do pensamento de(s)colonial, que assim enfatiza a continuidade das relações de poder, para além do colonialismo político.

17 A respeito desta relação entre a narrativa do desenvolvimento e a ideia de pobreza, ver Zein-Elabdin e Charusheela (2004).

circuitos não capitalistas de troca) –, faz parte deste exercício também a reflexão sobre as palavras-chave que costumam emoldurar suas práticas e discursos. Acesso e excesso são duas delas e usualmente polarizam o debate, desviando-o do problema crônico da distribuição. Cabe então a pergunta: se soluções tecnológicas permitem lidar com os excessos, os refugos e a descartabilidade como padrão, o que dizer dos fluxos renitentes e desfavoráveis com os quais têm que lidar vários países e minorias, estas últimas em seu próprio território? Que soluções aparecem para que se repensem e refaçam os critérios de distribuição, seja dos recursos, seja das externalidades? Embora “acesso” seja a palavra a que se costuma devotar atenção e excesso o distúrbio que se reconhece à partida, é o problema da distribuição que continua em aberto, à medida que demanda alterações de fundo na atual geopolítica da produção e do consumo.

Falar de distribuição é falar também de consumo produtivo; e de como ele, não sendo plenamente discutido, deixa de fora do debate uma série de questões correlatas no entrelaçamento do consumo com a produção. Dentre elas destacamos: a divisão internacional do trabalho; a relação entre a valorização do capital e a depreciação progressiva do valor de uso das mercadorias; a relação entre a compra de terras e a tendência de financeirização das estruturas produtivas; as condições degradantes de trabalho nas maquiladoras¹⁸ dos países do Sul¹⁹, para dar conta das expectativas e da velocidade de consumo dos países do Norte; a dependência econômica de países do Sul global em relação a outros que consomem suas matérias-primas; o aluguel de regiões inteiras para a produção de *commodities* por outros países; a concentração da renda que advém da produção de bens de alto valor agregado, ainda que eles sejam quase que inteiramente montados por trabalhadores em outras regiões. A lista poderia estender-se indefinidamente. Essas questões, entretanto, passam muitas vezes ao largo dos debates sobre consumo, ainda muito focado no tema da identidade e dos padrões culturais.

Note-se que quando essas questões são elencadas e discutidas apenas a partir da produção, fica fora da análise que o volume e a celeridade de circulação e produção dos bens dependem, ambos, da consolidação de hábitos de consumo, de um nível expectável e constante de descartabilidade e da disponibilidade sempre crescente das matérias-primas. Acrescente-se que o que se produz em um canto do globo já, com muita frequência, é consumido em outro canto do mundo – sem os impactos socioambientais inerentes a essa produção. Diante desse quadro, consumo e produção já não podem ser discutidos em separado, tendo em conta que se ampliam os casos em que se produz no “vizinho” como se fosse o “quintal da própria casa”. Exemplos não faltam – rosas colombianas para o mercado norte-americano, banana e abacaxi filipinos para o mercado saudita, soja brasileira para os mercados chinês e europeu. O modelo de economia que abraçamos hoje estimula a naturalização e a aceleração desses fluxos, tendo sempre à frente o argumento

18 Maquiladoras são empresas, usualmente localizadas em zonas francas e/ou subcontratadas por transnacionais, que respondem pela montagem e pelo acabamento de produtos destinados à exportação. Estão localizadas nos países do Sul, a exemplo do México, da Nicarágua, da Guatemala, da Índia, mas na verdade estão a serviço de multinacionais do Norte. Há inúmeras denúncias de trabalho infantil e de exploração de trabalhadoras (a mão de obra é predominantemente feminina) nas maquiladoras. Ver a esse respeito, por exemplo: <<http://www.observatoriodeltrabajo.org/nueva/WEB/index.asp?pagina=133>>.

19 A noção de Sul, aqui, não se refere a uma categoria geográfica. Antes, diz respeito ao conjunto de países que sofreram os efeitos do colonialismo europeu e cujo cotidiano encontra-se marcado ainda hoje por uma colonialidade do poder (QUIJANO, 1997) – esta colonialidade sendo “o outro lado (o lado escuro?) da modernidade” (MIGNOLO, 2005, p. 34). Santos e Meneses esclarecem este Sul não geográfico e mostram que mesmo no Norte (geográfico) é possível encontrar este Sul: “esta concepção do Sul sobrepõe-se em parte com o Sul geográfico, o conjunto de países e regiões do mundo que foram submetidos ao colonialismo europeu e que, com exceções como, por exemplo, da Austrália e da Nova Zelândia, não atingiram níveis de desenvolvimento econômico semelhantes ao do Norte Global (Europa e América do Norte). A sobreposição não é total porque, por um lado, no interior do Norte geográfico, classes e grupos sociais muito vastos (trabalhadores, mulheres, indígenas, afro-descendentes, muçulmanos) foram sujeitos à dominação capitalista e colonial e, por outro lado, porque no interior do Sul geográfico houve sempre as ‘pequenas Europas’, pequenas elites locais que beneficiaram da dominação capitalista e colonial e que depois das independências a exerceram e continuam a exercer [...] contra as classes e grupos sociais subordinados” (2010, p. 12-13).

do desenvolvimento e do superávit da balança comercial de quem exporta. Esses fluxos, entretanto, acenam com uma distribuição desigual dos impactos ambientais e sociais, vincando cada vez mais as desigualdades entre países e fortalecendo o colonialismo interno (SANTOS, 2007b), com elites econômicas e políticas se beneficiando de parcerias comerciais à custa do endividamento de pequenos produtores.

Depreende-se, desta longa lista de externalidades, a relevância de se perceber o consumo em um contexto histórico mais amplo, em que a colonialidade tem se revelado como o Outro da modernidade, conforme nos mostra Mignolo (2005). A colonialidade, aqui, deve ser entendida como a manutenção das relações de poder e de dominação na sequência do colonialismo político sofrido pelos países do Sul. Ou, nas palavras de Quijano (2010, p. 73), como elemento constitutivo do capitalismo que se alicerça na “imposição de uma classificação racial/étnica da população do mundo” e que “opera em cada um dos planos, meios e dimensões, materiais e subjectivos, da existência social quotidiana e da escala societal”. Em outras palavras: a colonialidade, como manutenção de relações assimétricas, se alimenta de uma racionalidade moderna-ocidental – espécie de régua assumida como universal a partir da qual avaliam-se conhecimentos e ações – ao mesmo tempo que funciona como braço cultural e político que confere força ao capitalismo.

Mas a colonialidade não para por aí – e os exemplos das trabalhadoras em jornadas laborais exaustivas, sem direito a descanso e alvo de múltiplas formas de assédio nas maquiladoras dos países do Sul, permitem ir além na análise do rosto multifacetado da colonialidade. Trata-se aqui da colonialidade de gênero, que Lugones (2008) considerará precariamente representada no conceito de colonialidade do poder proposto por Quijano (1992, 2010). Embora não seja possível desenvolver aqui este ponto, compete lembrar que a colonialidade se entrelaça não só com a modernidade e o capitalismo, mas também com as relações patriarcais que se robustecem nesses dois contextos. Lugones (2008), a esse respeito, nos lembra que o sistema moderno-colonial de gênero introduziu novas práticas de poder que não apareciam em outras sociedades (a exemplo das comunidades nativas matriarcais dos Estados Unidos). Por sua vez, como é de se imaginar, essas práticas de poder moderno-coloniais não se abatem da mesma forma sobre os corpos das diferentes mulheres, sendo as subalternas aquelas que, no entrelaçamento de relações (neo)coloniais e patriarcais, vão ter sua condição de resposta mais subtraída. A exploração do trabalho das mulheres nas diferentes maquiladoras no México, no Chile, na Guatemala, na República Dominicana, em Bangladesh, para produzir e/ou finalizar bens de consumo que serão vendidos por grandes e reconhecidas marcas nos países do Norte é um dos muitos exemplos de como a geopolítica do consumo se articula com a questão de gênero. Numa perspectiva interseccional (CREENSHAW, 1991; BRAH, 2006), vemos também que as representações das mulheres no discurso do consumo – nomeadamente das mulheres negras, periféricas, homossexuais ou transexuais – são carregadas de estereótipos. Entendendo-as como cidadãs de segunda classe, o consumo como prática e como discurso reitera hierarquias – não só as de gênero, mas também étnico-raciais, de identidade sexual e de classe. Mais ainda, ele as entrelaça, aumentando a exclusão dessas mulheres. Nesse sentido, para identificar plenamente o modo como o consumo tem feito interagir diferentes engrenagens de classificação social, temos proposto que necessitamos de uma análise que tenha em conta a **dinâmica interseccional das hierarquias naturalizadas**.²⁰

De modo geral, o que se vê é que as relações de força que o par produção-consumo estabelece nas muitas formas de assimetria econômica do jogo geopolítico são evidências de uma diferença colonial²¹ (MIGNOLO, 2000) que não deixou de existir e que, ao abrigo

20 Entendo e conceituo “dinâmica interseccional das hierarquias naturalizadas” como uma engrenagem em que hierarquias raciais, étnicas, de gênero e de classe, socialmente construídas, interagem dinamicamente, de forma a não ser possível observá-las em pleno funcionamento sem a adoção de uma perspectiva interseccional.

21 Mignolo (2005) faz uma importante crítica aos estudos pós-modernos no que refere à colonialidade. Segundo ele, “a diferença colonial (imaginada no pagão,

da racionalidade moderno-ocidental, continua a materializar-se no plano econômico. Essa diferença colonial deve ser entendida, aqui, no seu veio mais profundo – como “a transformação da diferença cultural em valores e hierarquias [...] raciais e patriarcais, por um lado, e geopolíticas, pelo outro” (MIGNOLO, 2013). Ela tem também, é importante que se diga, um duplo rosto: se manifesta como diferença epistemológica e como diferença política. No encontro das duas, o consumo se afirma como construção simbólica de validação da hierarquia e como engrenagem econômica que reitera e justifica, a partir de uma narrativa eurocêntrica de desenvolvimento, a manutenção de relações desiguais – na distribuição dos lucros, na remuneração laboral, na divisão do trabalho, na distribuição dos meios de produção.

Esta diferença colonial, embora seja estruturante da própria modernidade (MIGNOLO, 2005), deve ser lida de forma contextual. Tendo em conta que o lugar de enunciação importa, a colonialidade econômica oriunda desta diferença colonial deve ser observada em termos de uma análise situada (BRAH e PHOENIX, 2004). Nestes termos, entendo por colonialidade econômica a mecânica de perpetuação de um imaginário eurocêntrico de desenvolvimento, com desdobramentos epistemológicos e políticos na vida material e simbólica dos grupos subalternos. Trata-se da construção e validação de um contexto de poder em que um discurso linear e evolucionista do desenvolvimento encontra ressonância e preconiza, com frequência, um olhar orientalista e redutor sobre a alteridade. Esta colonialidade econômica tem efeitos geopolíticos importantes e um modo insidioso de se fazer consolidar – seja porque o consumo, percebido socialmente como o lugar dos desejos individuais, desvia a atenção da materialidade deste fluxo de bens e de signos, seja porque esta noção de desenvolvimento tem efeitos concretos no desenho de políticas públicas e no modo como financiamentos externos entendem e querem intervir na pobreza²². Por outro lado, esta colonialidade econômica não tem só um rosto geopolítico e tem um modo próprio de se constituir nos territórios, fazendo-se sentir na tessitura das próprias relações quotidianas e na construção social do espaço. É deste modo que a colonialidade econômica, que se delinea de diferentes formas em diferentes contextos, guetifica grupos e banaliza, no imaginário social dominante, uma ideia de cidadãos de segunda classe.

Uma forma de identificar essas linhas abissais (SANTOS, 2007b) que separam uns e outros na geopolítica do consumo é observar mais de perto o chamado consumo produtivo – ou seja, o processo de aquisição das matérias-primas que movimentam e dão celeridade à circulação dos bens de consumo. O nível e o ritmo da descartabilidade no consumo dependem da disponibilidade e da concentração desses recursos – água, minérios, terra, florestas, biodiversidade. Quem os tem ocupa posição privilegiada no mercado e pode participar mais ativamente na determinação dos fluxos de certos bens, agora num circuito transnacional. Tendo em conta essas relações econômicas desiguais, pode-se dizer que o tema do consumo produtivo traz à tona todas as contradições do discurso supostamente universal e evolutivo do desenvolvimento. Ao mesmo tempo, evidencia o vazio da discussão isolada do acesso ou do excesso.

A água é um bom exemplo para ilustrar as relações de poder no consumo produtivo. Sem água, um número bastante grande de indústrias não teria hipótese de avançar. Contudo, aumentada a produção de bens para exportação, aumenta-se, também, a pressão sobre as reservas hídricas de um país. No caso particular do Brasil, embora muita gente celebre os resultados do agronegócio na balança comercial brasileira, pouco se discute a “água virtual” envolvida nessas transações, ou seja, a água embutida na produção de *commodities* e hoje exportada em grande escala pelo país. São cerca de 112 trilhões de litros de água que o Brasil exporta para

no bárbaro, no subdesenvolvido) é um lugar passivo nos discursos pós-modernos. O que não significa que seja um lugar passivo na modernidade e no capitalismo” (2005, p. 34).

²² A respeito deste último ponto, veja-se ZEIN-ELABDIN e CHARUSHEELA, 2004



outras nações²³ junto com a soja e outros produtos do agronegócio, impactando constantemente suas reservas hídricas. O Brasil é, hoje, o quinto maior exportador de água por meio de *commodities*.

Ao lado da exportação de água virtual, a exploração de aquíferos no Brasil para o au-

mento da capacidade produtiva de certas indústrias, para a exploração da água mineral como bem de consumo e/ou para a exportação de bens que dependem de grande

quantidade de água coloca sobre a mesa várias questões. Algumas delas:

como se estabelece o controle sobre os interesses de privatização da

água no âmbito da gestão hídrica e do planejamento dos recursos do subsolo? Como os

governos têm se posicionado relativamente à desregulamentação da água? Em que medi-

da um recurso embutido num bem que se destina ao consumo de cidadãos a milhares de quilômetros

de distância compromete a soberania alimentar ou hídrica de uma população? Como a colonialidade se esta-

belece de forma insidiosa numa questão que parece, à primeira vista, apenas de interesses comerciais mútuos?

A exportação líquida de água virtual preocupa em termos ambientais e também da expectativa de relações comerciais mais equitativas. Mas se torna um problema ainda mais agudo quando se tem em conta que a exportação de água pode comprometer a soberania alimentar (e hídrica) de um país. Um exemplo preocupante é o do Aquífero Guarani, segunda maior reserva de água doce subterrânea do mundo, só atrás do Aquífero Alter do Chão – este em território brasileiro na sua totalidade. No caso do Aquífero Guarani, multinacionais têm demonstrado interesse e vindo a comprar terras exatamente em áreas de afloramento e descarga²⁴, sendo destinada esta água à produção industrial. No mundo todo, a situação da água como bem comum vem sendo ameaçada por interesses corporativos. Em recente relatório – *Economic Drivers on Water Financialization* –, a ONG Friends of the Earth International reportou casos, em diferentes continentes, da condescendência de governos locais, instituições multilaterais e instâncias de cooperação internacional com interesses privados no que toca à financialização e à construção de um mercado global da água. Já em 2003, outro polêmico relatório da mesma ONG havia reportado condicionalidades nos empréstimos aos países do Sul Global relativamente à desregulamentação dos serviços de água, beneficiando as multinacionais do setor²⁵.

Não apenas a água, mas também as terras férteis podem integrar uma distribuição assimétrica dos recursos no âmbito do consumo produtivo. A compra (ou aluguel) de terras é uma prática que tem se estendido por todo o mundo, nomeadamente na América Latina, na Europa do Leste e nos continentes africano e asiático, como mostra o relatório recente “*The faces of land grabbing*”²⁶, no

23 BRASIL exporta cerca de 112 trilhões de litros de água doce por ano. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/ciencia/brasil-exporta-cerca-de-112-trilhoes-de-litros-de-agua-doce-por-ano-6045674>>. Acesso em: 23 dez. 2015. Ver também: BRASIL é o 5º maior exportador de ‘água virtual’, incorporada a alimentos. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/03/1605650-brasil-e-o-5-maior-exportador-de-agua-virtual-incorporada-a-alimentos.shtml>>.

24 A esse respeito, ver o exemplo da multinacional japonesa Anew, que comercializa suplementos nutricionais, água mineral e produtos naturais, e que instalou um complexo agroindustrial e hoteleiro em Mato Grosso do Sul. A água Anew, exportada para o mercado japonês, é originária do Aquífero Guarani, segundo informação da própria empresa. Ver: <<http://www.anew.com.br/produtos-agua-anew>>.

25 Para ver o relatório “*Economic Drivers on Water Financialization*” na íntegra: <<http://www.foei.org/wp-content/uploads/2013/12/Economic-drivers-of-water-financialization.pdf>>. O relatório de 2003 pode ser acessado em: <<http://www.foei.org/wp-content/uploads/2015/09/water.pdf>>.

26 O relatório “*The many faces of land grabbing - cases from Africa and Latin America*”, de 2014, está disponível em: <http://www.ejolt.org/wordpress/wp-content/uploads/2014/03/140305_EJOLT10.pdf>.

âmbito do projeto “Environmental Justice Organisations, Liabilities and Trade” (Ejolt). Um exemplo, desta vez no continente asiático, é o do arrendamento de grandes extensões de terra nas Filipinas com vistas à produção de alimentos para a Arábia Saudita²⁷. Um consórcio filipino-saudita na ilha de Mindanau arrendou, por 25 anos, 78 mil hectares na região para produzir arroz, milho, banana e abacaxi para o mercado saudita. Em Isulan, município de Sultan Kudarat, os agricultores locais, que receberam terras por conta da reforma agrária, são instados agora a arrendar suas terras para o cultivo de banana, recebendo cerca de 8 mil pesos (R\$ 400 reais) por hectare por ano, ficando o banco estatal local com 50% desse montante até o pagamento da dívida relativa à propriedade da terra. Como consequência, esses pequenos produtores não só não podem cultivar nada em suas terras como só serão proprietários efetivos daquilo que foram instados a arrendar depois de pelo menos 25 anos de monocultura.

Um último caso que gostaríamos de retratar aqui, relativamente ao consumo produtivo, é o da mineração. A demanda dos diferentes minérios se expande à medida que os hábitos de consumo se diversificam: esses minérios estão nas embalagens dos produtos que compramos (alumínio), nos automóveis que as famílias reúnem nas garagens (zinco, níquel, manganês) e em diversos produtos cosméticos e de higiene pessoal utilizados todos os dias (zinco e minerais do grupo do talco, para citar alguns). À medida que ampliamos a descartabilidade dos produtos que nos cercam, mais desses recursos se movem.

Os números dessa mobilidade, que mostram, por um lado, o aumento do poder de compra dos indivíduos e a pujança de certas economias, por outro, contam histórias paralelas e silenciadas de empobrecimento, racismo ambiental e colonialidade econômica. Os exemplos são inúmeros. No norte de Moçambique, duas multinacionais australianas fazem a prospecção de grafite no subsolo da província de Cabo Delgado. Uma delas tem a principal concessão mineira de Balama, que excede, sozinha, as reservas mundiais de grafite; a mesma empresa tem, também, minas de urânio em Botswana e Zâmbia, na África Austral. A outra multinacional tem sete pontos de exploração de grafite em Moçambique, numa área total equivalente a dez vezes o tamanho da mina de Balama, gerida pela concorrente²⁸. Importa referir que ambas têm como importante alvo a comercialização do grafite para o mercado chinês, ficando Moçambique com pouco ou quase nada do valor total dessas licenças, apesar dos evidentes impactos ambientais das minas de grafite a céu aberto. Este é um dos inúmeros exemplos em que relações assimétricas de poder estão embutidas no comércio internacional de minério – origem de muitos dos bens que participam do nosso cotidiano. A conexão com os bens de consumo que adquirimos, entretanto, nem sempre é clara. Quem relaciona, à primeira vista, o grafite – usado na produção de refratários, baterias e lubrificantes – com a fabricação dos muitos eletroeletrônicos que tem em casa ou com baterias que recarregam alguns utensílios domésticos?

A mineração traz grandes impactos ambientais e socioculturais, mas o mais comum é que, no imaginário social, haja uma disjunção entre as coisas e aquilo de que elas são feitas. No Brasil, tem havido uma proximidade perigosa entre grandes projetos de infraestrutura e interesses minerários, com impactos imediatos na vida de comunidades indígenas e ribeirinhas. A descoberta de importantes recursos naturais em terras indígenas – nomeadamente de ouro, diamante, granito e outros minerais – tem ampliado a pressão sobre essas comunidades, boa parte delas na região amazônica. No caso de Belo Monte, no Pará, planejada para ser a terceira maior hidrelétrica do mundo – só suplantada por Três Gargantas (na China) e Itaipu (entre Brasil e Paraguai) –, há evidências de uma

27 FILIPINAS, terras em leilão. Disponível em: <<http://www.diplomatique.org.br/artigo.php?id=1321>>.

28 Para entender a questão da mineração de grafite em Moçambique, ler: TRITON Minerals finds graphite, to explore near Syrah Resource's Balama deposit. Disponível em: <<http://www.proactiveinvestors.com.au/companies/news/42103/triton-minerals-finds-graphite-to-explore-near-syrah-resources-balama-deposit--42103.html>>.

estreita conexão entre a construção de Belo Monte e a exploração de recursos minerais em terras indígenas, com exploração de ouro a céu aberto por uma mineradora canadense. São também esperados, por conta de Belo Monte, impactos significativos do desvio da Volta Grande do Rio Xingu tanto na biodiversidade local como na rotina de navegação das comunidades da região²⁹.

Os exemplos relacionados ao consumo produtivo são infindáveis e referem-se a um conjunto bastante vasto de recursos naturais e matérias-primas – água, biodiversidade, minerais, solos férteis, para citar alguns. As práticas cotidianas de consumo continuam, entretanto, a ser entendidas como a aquisição individual de bens com o objetivo de satisfazer necessidades materiais e simbólicas. É verdade que, nos últimos tempos, muito se avançou na análise da cultura material, escapando de uma leitura superficial das necessidades e desejos das pessoas. Falta ainda percorrer um longo caminho na reflexão crítica sobre as construções imagéticas e as hierarquias que derivam das práticas de consumo. Ainda assim, os estudos da área parecem mais abertos nesse sentido do que em debruçar-se sobre o consumo produtivo enquanto ato que comunica algo sobre seus agentes. Entendendo-se que os bens são portadores de narrativas sobre as relações sociais de um determinado contexto, também é de se considerar que os fluxos dos materiais que os viabilizam contam coisas, a partir de suas trajetórias, acerca dos valores, das relações de poder e das condições de enunciação dos grupos envolvidos.

5. Conclusões

Neste artigo, procurei esboçar, de modo bastante preliminar, as bases de uma teoria pós-colonial do consumo, descortinando, por um lado, algumas das invisibilidades e hierarquias que ele, como sistema de classificação social, estabelece e, por outro, analisando a colonialidade econômica subjacente ao jogo geopolítico verificado no consumo produtivo.

Entendo que o primeiro passo para se aprofundar a análise dos impactos materiais e simbólicos do consumo, numa interrogação sobre as condições de consciência e ação política, consiste em desfazer o mito de que ele seja um ato individual – ou seja, de que no mesmo indivíduo residam, simultaneamente, o desejo, a escolha e a ação. Como vimos, os sentidos atrelados aos bens são socialmente construídos. E como esses bens são desejados e consumidos no âmbito das relações sociais – seja para que alguém se aproxime ou defina posições relativamente à alteridade –, percebe-se que o indivíduo não age sozinho mas sempre “em relação”.

A consciência que pode nortear os atos de consumo, nesse caso, não pode ser reduzida a uma racionalidade teórica e ficcional. Mesmo porque os impactos não dizem respeito apenas ao Outro, não estão só no Outro, mas têm relação estreita com o modo pelo qual percebemos e dialogamos com a alteridade. Sendo distinção social e hierarquia as palavras-chave que norteiam o consumo, uma mudança paradigmática nesse campo não passará só pelo reconhecimento dos impactos ambientais, econômicos e socioculturais que indivíduos, grupos e organizações produzem – embora a análise crítica desses fluxos de bens e signos muito nos diga sobre os contornos possíveis de um consumo consciente. A mudança paradigmática, entretanto, implicará, também, e essencialmente, uma intenção genuína de se fortalecerem outros mecanismos de construção identitária e de pertencimento, outras semânticas estéticas, outros modos de relação com a diferença.

29 Estas e outras informações, com mapas e documentos, podem ser acessadas no blog Energia elétrica, ambiental e socialmente limpa, da ativista ambiental Telma Monteiro. O blog contém relevantes análises técnicas sobre as hidrelétricas no Brasil e a sua relação com a mineração. Pode ser acessado em: <<http://telmadmonteiro.blogspot.pt>>. Ver, também, esta análise sobre o blog: <<http://rccs.revues.org/6058>>. Sugere-se, ainda, a consulta dos seguintes textos: BELO Monte é a forma de viabilizar definitivamente a mineração em terras indígenas (http://www.correiciudadania.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=7608:manchete110912&catid=75:telma-monteiro&Itemid=192) e MINA de ouro Belo Sun, em Belo Monte, é objeto de ação do MPF (<http://telmadmonteiro.blogspot.pt/2013/11/mina-de-ouro-belo-sun-em-belo-monte-e.html>).



Um contributo importante, nos estudos do consumo, seria o de se aprofundar a análise das formas pelas quais as hierarquias sociais (de gênero, étnico-raciais, de identidade sexual e de classe) têm sido construídas, potencializadas ou mesmo dissolvidas nas diferentes formas de se experimentar, material e simbolicamente, o consumo. Este texto é uma tentativa de começar a pavimentar este caminho, mostrando não só que hierarquias socialmente construídas têm encontrado suporte e se entrelaçado no discurso do consumo, aprofundando desigualdades, como também que fluxos de recursos nem sempre visíveis na circulação dos bens têm aliado processos de colonialidade econômica. Mas este não é um quadro imutável. Prova disso é que outros modos de construir e articular o consumo, mais coletivos e não hierárquicos, têm se desenhado no horizonte.

Referências bibliográficas³⁰

AGYEMAN, Julian; MCLAREN, Duncan; SCHAEFER-BORREGO, Adrienne. Sharing Cities. Briefing para o Projeto Friends of the Earth Big Ideas, 2013. Disponível em: <http://www.foe.co.uk/sites/default/files/downloads/agyeman_sharing_cities.pdf>.

BELK, Russell. Sharing. *Journal of Consumer Research*, n. 5, p. 715-734, 2010.

BHOWMIK, Sharit. As cooperativas e a emancipação dos marginalizados: estudos de caso de duas cidades na Índia. In: SANTOS, Boaventura de Sousa Santos (org.). *Produzir para viver: os caminhos da produção não-capitalista*. Porto: Afrontamento, 2003. p. 315-335.

BOTSMAN, Rachel; ROGERS, Roo. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Porto Alegre: Bookman, 2011.

³⁰ As matérias jornalísticas, os relatórios não acadêmicos e os sites/blogs consultados foram referenciados apenas nas notas de rodapé.

BOURDIEU, Pierre. *Distinction: a social critique of the judgement of Taste*. London: Routledge, 1984.

BRAH, Avtar. Diferença, diversidade, diferenciação. *Cadernos Pagu*, n. 26, p. 329-376, 2006.

_____; PHOENIX, Ann. Ain't I A Woman? Revisiting Intersectionality. *Journal of International Women's Studies*, v. 5 (3), 2004.

BURKE, Peter. Modernidade, cultura e estilos de vida. In: BUENO, M. Lúcia; CAMARGO, Luiz Octávio (Orgs.). *Cultura e consumo: estilos de vida na contemporaneidade*. São Paulo: Senac, 2008.

CALDAS, José Castro. A economia dos bens comuns: visões rivais. In: PATO, João; SCHMIDT, Luísa; GONÇALVES, Maria Eduarda (Orgs.). *Bem comum: público e/ou privado*. Lisboa: ICS, Imprensa de Ciências Sociais, 2013.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1994. v. 1.

CLASTRES, Pierre. *Arqueologia da violência*. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

CREENSHAW, Kimberlé. Mapping the margins: intersectionality, identity politics, and violence against women of color. *Stanford Law Review*, v. 43, n. 6, p. 1241-1299, 1991.

CUNHA, Teresa. A arte de xiticar num mundo de circunstâncias ainda não ideais. Feminismo e descolonização das teorias económicas contemporâneas. In: _____ (Org.). *Ensaios pela democracia*. Justiça, dignidade e bem-viver. Coimbra: AJP, 2011.

FOUCAULT, Michel. *A verdade e as formas jurídicas*. Tradução Roberto Cabral de Melo Machado e Eduardo Jardim Morais. Rio de Janeiro: NAU, 2005.

GIBSON-GRAHAM, J. K. *The end of capitalism (as we knew it)*. A feminist critique of the political economy. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2006.

_____. A diverse economy: rethinking economy and economic representation. 2007. Disponível em: <<http://cscs.res.in/dataarchive/textfiles/textfile.2007-11-30.8168238051/file>>.

GRAEBER, David. *Fragments de antropología anarquista*. Barcelona: Virus Editorial, 2011

HESPANHA, Pedro; SANTOS, Luciane Lucas dos. O nome e a coisa. Sobre a invisibilidade e a ausência de reconhecimento institucional da Economia Solidária em Portugal. *Revista de Economia Solidária*, Aceesa, n. 8, no prelo.

KEHL, Maria Rita. A publicidade e o mestre do gozo. In: *Comunicação, Mídia e Consumo*, v. 1, n. 2, p. 77-91, 2004.

KERN, Francis; AMADOU, Tom. Não façam o que eu faço. *Le Monde Diplomatique*, 2005. Disponível em: <<https://www.diplomatique.org.br/acervo.php?id=1294>>.

LÉVI-STRAUSS, Claude. *As estruturas elementares do parentesco*. Petrópolis: Vozes, 1976.

LINARD, André. As armadilhas do livre comércio do algodão. *Le Monde Diplomatique*, 2003. Disponível em: <<http://www.diplomatique.org.br/acervo.php?id=770>>.

LUGONES, María. The coloniality of Gender. *Worlds & Knowledges Otherwise 2* (Spring), p. 1-17, 2008. Disponível em: <<http://bit.ly/1k6JISv>>.

MATOFSKA, Benita. What is the Sharing Economy? (s/d) Disponível em: <<http://www.thepeoplewhoshare.com/blog/what-is-the-sharing-economy/>>.

MIGNOLO, Walter. *Local histories/Global designs: coloniality, subaltern knowledges and border thinking*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2000.

_____. A colonialidade de cabo a rabo: o hemisfério ocidental no horizonte conceitual da modernidade. In: LANDER, Edgardo (Org.). *A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais*. Buenos Aires: Clacso, 2005.

_____. Entrevista com Walter Mignolo: Descolonialidade como o caminho para a cooperação. *Revista do Instituto Humanitas Unisinos*, ano XIII, n. 431, 2013. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=5253&secao=431>.

MILLER, Daniel. *A teoria das compras*. São Paulo: Exame, 2002.

OSTROM, Elinor. *Governing the commons: the evolution of institutions for collective action*. Cambridge: Indiana University, University Press, 1990.

POLANYI, Karl. *The great transformation: the political and economic origins of our time*. Boston: Beacon Press, 1957.

QUIJANO, Anibal. Colonialidad y modernidad-racionalidad. In: BONILLO, Heraclio (Comp.). *Los conquistados*. Bogotá: Tercer Mundo Ediciones, Flacso, 1992. p. 437-449.

_____. Colonialidad del poder, cultura y conocimiento en América Latina. *Anuario Mariateguiano*, Lima, v. IX, n. 9, p. 137-148, 1997.

_____. Colonialidade do poder e classificação social. In: SANTOS, Boaventura de Sousa; MENESES, Maria Paula (Orgs.). *Epistemologias do sul*. Coimbra: Almedina, 2010.

RAMOSE, Mogobe B. Globalização e ubuntu. In: SANTOS, Boaventura de Sousa; MENESES, Maria Paula (Orgs.). *Epistemologias do sul*. Coimbra: Almedina, 2010.

REZERA, Danielle; LOZANO, Lina. Transformações do trabalho: marginalização social e perspectivas na América Latina. *Revista UniAbc*, v. 1, n. 1, 2010.

ROCHA, Everardo. Coisas estranhas, coisas banais: notas para uma reflexão sobre o consumo. In: ROCHA, Everardo; ALMEIDA, Maria Isabel; EUGENIO, Fernanda. *Comunicação, consumo e espaço urbano: novas sensibilidades nas culturas jovens*. Rio de Janeiro: Mauad/PUC, 2006.

SABOURIN, Eric. Marcel Mauss: da dádiva à questão da reciprocidade. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 23, n. 66, p. 131-138, 2008a.

_____. Economia solidária no meio rural brasileiro: uma análise a partir da noção de reciprocidade. 2008b. Disponível em: <http://www.facesdobrasil.org.br/midiateca/doc_details/287-economia-solidaria-no-meio-rural-brasileiro.html>.

SANTOS, Boaventura de Sousa. *Towards a new common sense: law, science and politics in the paradigmatic transition*. New York: Routledge, 1995.

_____. Can law be emancipatory? In: CONFERÊNCIA DA LAW & SOCIETY ASSOCIATION, Budapeste, 2001.

_____. (Org.). *Produzir para viver: os caminhos da produção nãocapitalista*. Porto: Afrontamento, 2003.

_____. *A gramática do tempo: para uma nova cultura política*. Porto: Edições Afrontamento, 2006.

_____. *Renovar a teoria crítica e reinventar a emancipação social*. São Paulo: Boitempo, 2007a.

_____. Para além do pensamento abissal. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, n. 78, p. 3-46, out. 2007b.

_____. Epistemologias do Sul. Entrevista - Projeto Alice. 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=UR-gY9H2NvZM>>.

_____. *Epistemologies of the south: justice against epistemicide*. London: Routledge, 2014.

_____; MENESES, Maria Paula. *Epistemologias do sul*. Coimbra: Almedina, 2010.

SANTOS, Luciane Lucas dos. Economias andinas, cosmovisão e territorialidade no altiplano boliviano. In: GAIGER, Luis Ignacio; SANTOS, Aline Mendonça dos (Orgs.). *Solidariedade popular e emancipações*. Porto Alegre: Edunisinos, 2016/no prelo.

_____. Merits and risks of institutionalisation of solidarity markets in Portugal. In: 5ths EMES INTERNATIONAL RESEARCH CONFERENCE ON SOCIAL ENTERPRISE, LONDRES, 2015.

_____. A educação para o consumo no espaço da escola: criando as bases para o consumo crítico e solidário. In: DOURADO, Juscelino; BELIZÁRIO, Fernanda (Orgs.). *Reflexão e práticas em educação ambiental*. São Paulo: Oficina de Textos, 2012.

_____. Os clubes de troca na economia solidária: por um modelo crítico e emancipatório de consumo. In: HESPANHA, Pedro; SANTOS, Aline Mendonça (Orgs.). *Economia solidária: questões teóricas e epistemológicas*. Coimbra: Almedina, 2011.

_____; SILVA, Beatriz Caitana. Mercados de trocas e moedas sociais em Portugal Continental: os desafios de uma cultura de emancipação social. *Otra Economía - Revista Latinoamericana de Economía Social y Solidaria* (Unisinos), v. 8, n. 15, p. 210-229, 2014. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/otraeconomia/article/view/otra.2014.815.08>>.

SCHOR, Juliet. Debating the Sharing Economy. 2014. Disponível em: <http://www.greattransition.org/images/GTI_publications/Schor_Debating_the_Sharing_Economy.pdf>.

SENNETT, Richard. *O declínio do homem público: as tiranias da intimidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988

SETHI, Harsh. Swadeshi em debate na Índia. In: SANTOS, Boaventura de Sousa (Org.). *Produzir para viver: os caminhos da produção não-capitalista*. Porto: Afrontamento, 2003. p. 111-126.

TEMPLE, Dominique. *Teoria de la reciprocidad: la economía de reciprocidad*. La Paz: Padep-GTZ, 2004.

TRINDADE, Catarina Casimiro. Convívio e solidariedade: práticas de xitique em Moçambique. In: CUNHA, Teresa et al. (Org.) *Elas no norte e no sul*. Arto Feminino. Coimbra: AJP, 2011.

VIVAS, Esther; MONTAGUT, Xavier (Orgs.). *Adónde va el comercio justo?* Barcelona: Icaria, 2006.

ZEIN-ELABDIN, Eiman O.; CHARUSHEELA, S. *Postcolonialism Meets Economics*. Introduction. London: Routledge, 2004.

ZIEGLER, Jean. *A fome do mundo explicada ao meu filho*. Petrópolis: Vozes, 2002.