
A solidariedade e o consumidor consciente

Carlos Costa Rodrigues Luz

Resumo: Este artigo realizou um estudo de caso com *manuals/guias* para o consumo consciente, tendo como objetivo principal compreender o modo pelo qual a consciência era discursivamente produzida. Percebeu-se que os *manuals/guias* produziam-na como uma tomada completa de si e do processo produtivo, oposto à “ignorância” do consumidor tradicional, supostamente alheio ao mundo e as decorrências de suas ações nele. Percebemos que a consciência defendida é também embasada por uma série de sentimentos como medo, solidariedade, culpa, dor, confiança e etc, que podem entrar em conflito com a noção almejada. Foi possível compreender que o foco de denúncia e ataque dos *manuals* recai nas empresas produtoras/prestadoras de serviços, nas mercadorias e nos consumidores, todos quando esvaziados da noção de consciência. O agente da mudança política possível seria o consumidor consciente através da alteração de seus padrões privados de consumo. Concluímos defendendo a noção de que os *manuals* focam o embate das práticas individualizadas que promoveriam a dor, preocupando-se menos com o sistema geral que faz sofrer. A tese por eles defendida é baseada no entendimento de que ações individualizadas promoveriam alterações sistêmicas, assim sendo, operam através da denúncia e cobrança dos sujeitos isolados o que supostamente alterariam o todo.

Palavras-chaves: consumo, cidadania, emoções.

Abstract: This article realized a case study with *manuals/guides* for conscious consumption, with the main objective to understand the way in which consciousness was produced discursively. It was noticed that the *manuals/guides* produced it consciousness as a complete takeover of themselves and the production process, opposed to "ignorance" of the traditional consumer, supposedly alien to the world and the consequences of their actions on it. We realize that consciousness is also based on a range of feelings such as fear, sympathy, guilt, pain, trust, etc., that may conflict with the notion desired. It was possible to understand that the focus of attack and denunciation of the *manuals* lies in the producers/service providers, the goods, and consumers, when emptied of all sense of conscious. The agent of possible political change supposedly would be the conscious consumer through the alteration of their private consumption patterns. We conclude defending the notion that the *manuals* put more emphasis on their struggle against the individualized practices that promote the pain, worrying less with the overall system that makes the suffering. The thesis defended by them is based on the understanding that actions could promote systemic changes individually, therefore operate through the denunciation and recovery in isolated subjects which supposedly altered the whole.

Keywords: consumption, citizenship, emotions.

Introdução

O presente trabalho visa explorar as possibilidades de análise sobre a construção da ideia, hoje em voga, daquilo que é denominado de comércio justo e consumo ético. Tais conceitos procuram incorporar a concepção de uma cidadania baseada em certas práticas de consumo e suas vinculações emocionais. Estas, elaboradas por uma série de atitudes e conceitos que promoveriam a solidariedade entre os sujeitos.

Com a finalidade de debater estas questões analisaremos alguns manuais/guias práticos produzidos e difundidos por organismos que se intitulam e apresentam enquanto defensores do consumidor e do consumo consciente. Representativo de algumas formulações gerais dos diferentes manuais/guias para o consumo consciente analisamos três de importantes instituições. O primeiro do Idec (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor) intitulado *Manual de Educação para o consumo sustentável* (especificamente a seção de cidadania). O segundo do Inmetro (Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial) em parceria com o Idec intitulado *Direito do Consumidor Ética no Consumo*. E por fim o *Sou Mais nós* do Instituto AKATU. Inmetro e Idec são dois renomados institutos que avaliam e discutem as relações de consumo enquanto que o instituto AKATU é uma organização que visa promover o consumo consciente a partir da divulgação, construção de conhecimento, desenvolvimento de práticas e etc.

De maneira alguma este trabalho pretende alcançar todas as discussões possíveis da temática. Pretende contribuir com uma possibilidade de apreensão do campo. De minha parte, este é um primeiro momento de reflexão sistematizada sobre o tema; assim sendo, “carente” ainda em alguns sentidos, além de ser um exercício eminentemente exploratório do tema.

Será observado um modelo de construção de consumo atrelado à cidadania, verificando-se que esta vinculação se processa através e exclusivamente de uma elaboração crítica do sujeito frente à um determinado mundo que se opõe à outro (consciente). A perspectiva teórica proposta se alinha ao discurso fundamentado nos manuais. Contudo, observaremos aquilo que é postulado pelos guias parece entrar em contradição com o conceito de consciência ao se posicionar como uma verdade absoluta. Além, realizaremos uma discussão sobre consciência e cidadania baseados nos baseados nas perspectivas analíticas de Canclini (2006), Sennett (2006), Bauman (2008) prioritariamente.

Ao final o presente texto procura fundamentar e debater sobre os sentimentos propostos por esses guias/manuais na elaboração desta nova pedagogia de consumo.

Procurando também observar a questão das emoções no campo da cidadania e consumo, através das formulações de conceitos como confiança, solidariedade, dor e sacrifício.

1. Consumo consciente, emoções e cidadania pela ótica dos manuais.

Tendo por finalidade inserir o leitor dentro da temática central do texto logo em seu início, acredito que o primeiro ponto a ser apresentado é a apreensão da proposta de cidadania elaborada a partir do consumo consciente na visão destes guias de ação. Vejamos:

Os bens, em todas as culturas, funcionam como manifestação concreta dos valores e da posição social de seus usuários. Na atividade de consumo se desenvolvem as identidades sociais e sentimos que pertencemos a um grupo e que fazemos parte de redes sociais. O consumo envolve também coesão social, produção e reprodução de valores. Desta forma, não é uma atividade neutra, individual e despolitizada. Ao contrário, trata-se de uma atividade que envolve a tomada de decisões políticas e morais praticamente todos os dias. Quando consumimos, de certa forma manifestamos a forma como vemos o mundo. Há, portanto, uma conexão entre valores éticos, escolhas políticas, visões sobre a natureza e comportamentos relacionados às atividades de consumo (Manual de Educação para o consumo sustentável – Cidadania, IDEC, página 14)¹

O que é consumo consciente? É o resultado da análise do impacto e das conseqüências do consumo na sustentabilidade do meio ambiente, no respeito à qualidade de vida individual e coletiva e no desenvolvimento justo da sociedade (Sou Mais nós, AKATU, página 2)²

Podemos observar que nestes discursos o consumidor consciente seria aquele que realiza uma auto-observação ininterrupta em todas as suas praticas de consumo, como podemos ver na frase acima citada: “não é uma atividade neutra, individual e despolitizada. [...], trata-se de uma atividade que envolve a tomada de decisões políticas e morais praticamente todos os dias”. Além disso, a cidadania proposta seria dada pela suposição de que um conjunto determinado de ações individualmente localizadas é capaz de gerar uma série de ganhos, como o acesso à direitos para todos os sujeitos no mundo. Esta cidadania também é obtida pela ideia da capacidade intrínseca do sujeito de analisar as resultantes de suas ações de consumo.

Ademais, a produção da cidadania não se referiria apenas aos direitos e deveres constituídos entre humanos em situação de co-presença, mas também com supostos direitos e deveres existentes pela condição de humanidade *per se*. No geral o argumento principal é a ideia do *direito à vida*. Um exemplo pode ser visto nas falas que advogam que quando os sujeitos, sendo legítimos portadores deste direito, deveriam salvaguardar o espaço físico

¹ Texto disponível em: <http://www.idec.org.br/biblioteca.asp>

² Texto disponível em: http://www.akatu.org.br/akatu_acao/publicacoes/manuais-praticos-do-consumo-consciente/sou-mais-nos

fundamental para a manutenção de suas vidas e da dos outros. O indivíduo é apresentado como o principal agente capaz de manter todos os substratos que sustentam a condição de *ser humano*: o espaço físico (meio ambiente), as relações sociais que produzem direitos e deveres, e o “melhor” desenvolvimento econômico/social.³

O discurso corrente produz o sujeito em um âmbito global no qual ele é responsável não apenas pelo espaço-tempo que o circunda diretamente, mas por outros também. Suas ações de consumo se refeririam e interfeririam tanto em lugares distantes como em outros tempos históricos. Vejamos dois exemplos: a) a preferência pelo uso de transporte coletivo no Brasil acarretaria na diminuição da emissão de gás carbônico o que salvaria as calotas polares do derretimento - impedindo tanto a extinção de outras espécies animais quanto o extermínio de algumas sociedades; b) o uso de materiais recicláveis hoje garantiria a sobrevivência de todas as gerações futuras. Há, portanto, a construção de uma instituição de desençaixe - “deslocamento” das relações sócias de contextos locais de interação e sua reestruturação através de extensões indefinidas de tempo-espaço” (GIDDENS, 1991, p.29) - que promove uma solidariedade com um alto grau de abstração. Desde forma o discurso defende um suposto encadeamento lógico de ações individualizadas que irão determinar o futuro da humanidade e do ambiente que a sustenta. Para que isso seja dado é produzido um sentimento de empatia para com uma *humanidade que sofre* em decorrência das ações de consumo. Contudo, o sujeito desta compaixão humana é conhecido em parte por uma condição muito generalizada de humanidade (no caso dos sujeitos) e pela condição da garantia da manutenção da humanidade (por parte do mundo “natural”).

O principal agente da cidadania advogado pelos manuais/guias do consumo é o *consumidor consciente* e não qualquer consumidor. Segundo o *Manual de Educação para o Consumo Sustentável* (IDEC) seis pontos fundamentam o consumo consciente:

- a) deve ser parte de um estilo de vida sustentável em uma sociedade sustentável; b) deve contribuir para nossa capacidade de aprimoramento, enquanto indivíduo e sociedade; c) requer justiça no acesso ao capital natural, econômico e social para as presentes e futuras gerações; d) o consumo material deve se tornar cada vez menos importante em relação a outros componentes da felicidade e da qualidade de vida; e) deve ser consistente com a conservação e melhoria do ambiente natural; f) deve acarretar um processo de aprendizagem, criatividade e adaptação. (Manual de Educação para o consumo sustentável - Cidadania, IDEC, página 18)

³ A tríade do desenvolvimento sustentável na qual se baseia o consumo consciente é: ecologicamente sustentável, economicamente viável, socialmente correto.

Assim, por exemplo, segundo os manuais (ao debaterem sobre algumas especificidades do comércio justo) os consumidores conscientes deveriam privilegiar os comerciantes locais na medida em que seus produtos demandariam menos combustíveis fosseis para chegar ao ponto de venda. Ao mesmo tempo, o consumidor consciente deveria recusar e boicotar produtos construídos com qualquer trabalho que não respeite “os direitos (dos trabalhadores), consolidados na legislação trabalhista e nos padrões da organização internacional do trabalho (OIT)” (Direitos do Consumidor- Ética no Consumo, INMETRO/IDEC, página 60) ⁴. Porém, o que fazer quando as premissas de ação entram em conflito? E se o comércio local for eminentemente de mão de obra infantil, escrava ou com ausência dos direitos dos trabalhadores? Deve-se optar pelo comércio local objetivando a diminuição da queima de combustíveis fosseis, ou deve-se comprar de lugares distantes que respeitem as leis trabalhistas? Ou seja, qual hierarquia de valores deve ser acionada? Qual hierarquia de compaixão deve ser estabelecida? Por quem se deve ser mais solidário? Os manuais não respondem diretamente esta questão. Propõe que o consumidor consciente individual deva ser capaz de encontrar ou outra via para suas escolhas, ou ser capaz de realizar na solidão de sua prática consumista este cálculo. Parece haver uma hierarquia de solidariedade não discutida nestes guias/manuais. Aquilo que sustenta a solidariedade seria um determinado conceito de consumidor ético.

Seguindo esta linha o manual do INMETRO/IDEC diz que é do consumidor ético as seguintes atitudes: a) dar preferências às empresas que não exploram o trabalho infantil; b) dar preferência a produtos de empresas que tem uma clara preocupação com o meio ambiente; c) reclamar os seus direitos; d) não compactuar com a ilegalidade; e) não consumir de forma a prejudicar as gerações futuras; f) usar o poder de compra para defender o emprego no país; g) saber identificar as empresas que são éticas em seu relacionamento com os consumidores; h) saber identificar as empresas que são éticas em seu relacionamento com os trabalhadores, fornecedores, a sociedade e os poderes públicos. Neste manual, a noção de ética estabelecida é retomada dá ética grega que significaria tornar bom tanto o que é feito quanto quem o faz (Direitos do Consumidor Ética no consumo). Esta ética teria sido perdida ao longo da história principalmente nas sociedades individualistas e consumistas. Segundo o manual/guia, hoje vivemos em uma época na qual o individualismo e consumismo se encontram ainda mais exacerbados, sendo que este aumento seria ainda maior em sociedades desiguais. Postulam

⁴ Disponível em: http://www.inmetro.gov.br/infotec/publicacoes/cartilhas/ColEducativa/direitos_etica.pdf

deste modo que, independente de qual contexto social inserido, a proteção/produção de um mundo “melhor” (baseados em seus critérios qualitativos) se dará a partir do consumidor ético: aquele capaz hoje de realizar um padrão de ação de consumo que não produza nenhum tipo de violência (aos outros), principalmente através de negligências e desrespeito às leis trabalhistas. Segundo o manual:

Comprar eticamente significa que o consumidor faz suas escolhas de compra de forma consciente, recusando produtos e serviços produzidos por empresas que não atuem de forma ética na sociedade – ou seja, não respeitem leis de proteção ao consumidor, ao meio ambiente e trabalhistas, entre outras. (Direitos do Consumidor Ética no consumo, página 57)

Podemos ver que elaboram uma possibilidade de atuação política e ética centralizada no consumo. Ou melhor, a produção de cidadania, o acesso as leis e direitos, a defesa dos outros, é apresentada como possível através de uma ética no consumo. Nestes discursos parte do *ser cidadão* é obtida através de ações de consumo. Nesta visão de mundo é possível construir cidadania através de praticas de consumo. Isto não está excluindo outras formas de produção da cidadania, mas defende que muito daquilo que um cidadão poderia obter hoje, tanto em termos de direitos, justiça, bem estar social e etc., seria verdadeiramente obtido por conta de seu padrão de ação no consumo. Em algumas vezes, como podemos ver acima, é possível até exercer uma função substituta, quando, por exemplo, os boicotes seriam capazes de produzir o respeito às leis trabalhistas.

Os manuais partem do suposto que o consumo (ético e sustentável) é parte constitutiva daquilo que salvaguardará o futuro do mundo. Por mais que alguns pontos particulares advoguem a diminuição do consumo (diminuindo o consumo de água, de combustíveis de fontes não renováveis, de matérias não renováveis em geral) outros o incentivam (consumo de produtos reciclados, dos produtos das cooperativas locais em uma economia solidária, dos produtos orgânicos e etc.). Em última instância a discussão não recai prioritariamente sobre a base de um sistema de troca capitalista, mas sim sobre a forma de se regular este sistema. O consumo não é negado sob a condição de ele produzir um mundo melhor. Em suma, a problemática não é focada no consumismo, mas sim em um consumismo “negativo”, destruidor, que não se recicla. Se o consumismo for algo cíclico que possa agregar valor ao mundo (na qualificação estabelecida pelo manual), ele é inclusive estimulado; vide o consumo sustentado dos produtos recicláveis.

Além disso, o individualismo que é criticado no princípio passa a ser valorizado no consumo ético. Eles salientam que é a ação individual (em muitas vezes solitária) de consumo, realizada no cotidiano, que poderá produzir um efeito global. Mesmo que os boicotes sejam algo que só criem efeitos se realizados por muitos, ainda assim não se apregoa a defesa de uma manifestação “em conjunto”, mas sim que cada um no interior de sua individualidade realize a mudança. Não parece haver a proposta de construção de uma comunidade, mas sim de ações solitárias. Obviamente propõem também ações individuais que visem a divulgação destes conceitos; em um movimento “viral” de socialização deste imaginário através da disseminação das ideias. Contudo, não foi possível observar uma discussão mais profunda sobre a realização do mesmo em uma cena pública generalizável.

Uma questão que se aponta aqui é se podemos entender o espaço privado de ação enquanto cena pública? Não pretendo me alongar agora neste debate, mas ele merece ser citado. Se o “mercado” não deixa de ser um espaço público por um lado, por outro a ação da compra pode muito bem ser vista como algo originado de uma postura privada. Verdade é que podemos conceber um sentido público se entendermos a existência de outro que não esteja em uma situação de co-presença, mas que exista em abstrato. Miller (2002) advoga que as compras de uma dona de casa podem ser geridas por sentimentos de amor e sacrifício para com outro já internalizado, portanto, há um público/privado que se relaciona. Do mesmo modo podemos aventar a opção da ação de boicote contra certas mercadorias. Por mais que esta ação seja dada por uma não-ação (não compra) e não exija uma cena pública de manifestação, ainda assim este boicote pode ser gerido por uma relação de compaixão para com o *outro*. Se pensarmos público unicamente como espaço, e no presente debate como espaço de manifestação da ação, então não nos parece visível (nem discutido) nos manuais uma arena de ação. Defendem a ideia de que o sujeito realize no privado para que esta ação gere efeitos no público. Criando assim um suposto nexos lógico entre os dois mundos. Ainda assim, por mais que não seja requisito básico do espaço público para ação esta é gerida pela ideia de inter-relação. O que parece guiar estas ações é o sentimento de solidariedade, de empatia, para o outro e a sua dor. Não pretendo aqui realizar uma análise mais profunda da relação público/privado, que tanto já foi discutido nas ciências sociais em geral. O intuito é demonstrar que estes guias estão sempre se expressão em relação a alguém, mesmo que em um âmbito privado.

Outro importante debate que é acionado por estes manuais/guias são os tipos de “relacionamentos” possíveis. Podemos destacar quatro tipos básicos de agentes com quem os consumidores se relacionam: mercadoria, empresa, trabalhador e humanidade. Quando o trabalhador é o próprio produtor ele acaba sendo considerado de maneira semelhante à empresa que fabrica os produtos. Mercadoria e empresa produtora são constantemente os alvos privilegiados de denúncia e ataque pelos consumidores e guias/manuais. Os guias tendem a apresentar os mesmo como os agentes da maldade embutida dentro dos objetos de consumo. Assim sendo, havendo a necessidade de retaliação por parte do consumidor estas duas entidades são os focos do ataque. Mercadoria e empresa só são bem vistas quanto conseguem comprovar suas legitimidades de ação na construção de um suposto “mundo melhor”- ou seja, sendo supostamente éticos. As empresas que praticariam estas boas ações carregariam em seus produtos os signos de diferenciação (selos que comprovariam suas práticas). Porém, as marcas que comprovariam a boa ação destes agentes são elaboradas: ou por eles próprios (sendo nos aparelhos de comunicação da empresa ou nos rótulos dos produtos), ou por instituições/empresas “independentes” que fiscalizariam as ações destas empresas. Devemos atentar para o fato de ser inviável ao consumidor final fiscalizar toda uma linha de produção com o intuito verificar a existência ou não das regularidades previstas nos manuais/guias. Para que isso seja feito ele precisa confiar em todo um sistema perito (GIDDENS, 1991). Podemos ver outro sentimento que precisa ser forjado na construção deste consumidor consciente: o sentimento de *confiança*. É necessário confiar em uma série de aparelhos que não se tem controle para promover parte da solidariedade desejada pelo consumo ético/consciente. Isto nos parece ser tanto quanto contraditório no projeto de construção deste consumidor, uma vez que os guias defendem que o consumidor deve ser um agente consciente do processo de produção material e também no controle de suas ações sobre o mundo, portanto, completamente informado sobre o mundo que o circunda e sobre as decorrências intencionais ou não de ações. A consciência que deveria ser peça fundamental deste consumidor só se faz possível através da confiança.

Os dois últimos elementos com quem dialogam indiretamente são: o trabalhador e a humanidade. Estes tendem a ser os alvos principais da solidariedade/compaixão. A maior parte das indicações de ações nestes manuais visa preservar a vida destes homens, tanto em suas condições físicas quanto em sua dignidade. Ambas, em última instância, estão diretamente relacionadas à condição de humano do trabalhador e sendo assim, da humanidade

que nele aflora. Com isso, solidariza-se com um mundo em geral em que uma determinada humanidade é proposta. O importante nesta construção de humanidade é que ela é fundamentalmente: *uma humanidade que sofre*. O sofrimento proposto é constituído primeiro pelo eminente “falecimento” do ambiente que nos circula. Os manuais trazem inúmeras informações sobre aquecimento global, aumento do gás carbônico, sobre o fim da água potável, a extinção de inúmeras espécies e etc. Tal fatalismo frente ao mundo é apresentado como uma dor que deveria tocar a todos nós. Não apenas o sofrimento da humanidade, mas também o *medo* do futuro é trazido como motivação da ação. Além disso, o sofrimento é composto pelo “falecimento” das relações humanas, na medida em que se consomem produtos elaborados através do desrespeito aos direitos e através do sofrimento do outro. Deveríamos nos solidarizar com estas dores. Lembro que Sontag (2003) postula que se solidarizar com o a dor do outro revela a nossa própria humanidade. Assim, podemos entender que renegar a dor do outro é renegar a nossa própria existência enquanto humanos; o nosso próprio direito a vida, liberdade, existência e etc. Desde modo o consumo consciente se apropria desta concepção de *nós refletidos no outro* para argumentar sua ação, principalmente através da compaixão/solidariedade.

Seguindo agora outro caminho, os manuais/guias acabam muitas vezes criando certos conceitos mais genéricos do que propriamente sobre o consumo *per se*. Vejamos um manual apresentado pelo Instituto Akatu. Este (intitulado “Sou mais nós”) é aberto com uma rápida concepção do que seria o consumo consciente (já debatido aqui). Na seqüência ele propõe “14 ações que podem melhorar o mundo. Para todo mundo” e afirmam que:

“*Sou mais nós* é uma iniciativa do Instituto Akatu que expõe, propõe, explica e valoriza ações cotidianas, concretas e voluntárias de *consumo consciente*, procurando mobilizar o maior número de pessoas possíveis em torno da questão de consumo com responsabilidade”. (Sou Mais nós, AKATU, página 4)

Cada seção é composta por algumas ações ao redor de uma temática. Na abertura o instituto traz informações que procuram legitimar as práticas. Por exemplo, a água é apresentada como um bem escasso que se encontra em ameaça devida as inúmeras atitudes humanas. Para a salvação da mesma são propostas quatro ações. Apresentarei as quatro da água e depois as dez seguintes que se referem a diferentes temáticas. Vale ressaltar que para cada ação apresentada é trazido um efeito associado. São as seguintes ações:

1) Feche a torneira ao escovar os dentes e ajude uma criança. 2) Não use o vaso sanitário como lixo e economize quatro minutos de queda d'água das Cataratas do Iguaçu. 3) Esqueça o esguicho quando varrer a calçada e encha meia caixa d'água. 4) Elimine vazamentos e abastece São Paulo por um dia. 5) Recuse embalagens desnecessárias e reduza a montanha de lixo. 6) Use a frente e o verso do papel e salve dezenas de árvores. 7) Leve baterias usadas aos postos de coleta e lute contra doenças fatais. 8) Não desperdice alimentos e contribua com a diminuição da fome e do lixo. 9) Recicle uma latinha e acenda uma lâmpada por três horas. 10) Reduza o tempo do banho e evite que seja construída uma usina nuclear. 11) Deixe o carro em casa um dia por semana e tire do ar quilos de sujeira. 12) Prefira empresas amigas da criança e leve cinco milhões de estudantes para a escola. 13) Mobilize mais 2 pessoas e ganhe, no mínimo, dois amigos conscientes. 14) Faça uma sugestão e melhore a nossa campanha. (Sou Mais nós, AKATU, páginas 10-26)

Uma primeira consideração deve ser feita sobre o sistema de confiança que o consumidor deve estabelecer com a agência que fomenta essas informações. Não pretendo aqui refutar ou não os dados apresentados nos manuais, mas fica claro que o consumidor precisa construir um vínculo/sentimento de confiança com esta instituição para que sua ação produza o sentido esperado. É obvio que fechar o vazamento de sua casa significa uma diminuição do desperdício de água, mas supor que a sua casa em vazamentos equivale ao consumo diário de São Paulo só é possível se tomar como verdadeiro e digno de confiança aquele que faz a denúncia. Assim sendo, é preciso crer nestes manuais.

Não estamos discutindo aqui se o efeito desejado se dá pela congregação de muitos a estas práticas (inúmeras casas reparando seus vazamentos) ou se refere ao possível gasto “extra” que se tem ao longo de anos (quanto se desperdiça ao longo do tempo). O que estamos tentando expor é que se confia no cálculo feito e na resposta que ele propõe. Assim sendo, no que se refere à água, tanto abasteceríamos São Paulo quanto ajudaríamos algumas crianças. Desconhecemos como foi elaborado este cálculo e as ações resultantes, mas devemos confiar nele. Portanto, um consumidor consciente, não tão consciente assim, que deve confiar nestas instituições e não em outras.

Uma segunda consideração é sobre a empatia e solidariedade que o sujeito consciente deve manobrar. Nestes guias/manuais constroem-se ligações das mais variadas que procuram estabelecer laços de solidariedade completamente difusos, além de não conseguir um sujeito explícito para com quem o consumidor deva se voltar para a construção de sua solidariedade. Deve ser capaz de se identificar e solidarizar com as crianças, com a água, com as árvores, com o ar, com os desnutridos do mundo, com os trabalhadores sem direitos, com os trabalhadores escravizados e etc. Creio que se torna mais difícil a identificação com certa causa quando os beneficiários de sua ação pode ser todos, qualquer um ou ninguém. O sujeito da dor é impalpável, invisível e/ou distante (uma ideia geral de humanidade). Advogam que

devemos ser solidários com aquilo que não conhecemos, confiando apenas em suas denúncias.

Há também o fato de que alguns vínculos apresentados são extremamente desconectados. Assim sendo, pode ser difícil conceber que ao me preocupar em abrir e fechar a torneira durante todo o processo de higiene bucal, ou mesmo durante a limpeza da louça, poderei salvar uma criança em algum lugar do mundo. É preciso se perguntar também sobre que concepção de ação política e solidariedade é essa que se dá apenas pela minha recusa ou afiliação a algo no universo de consumo? Defendem, de certo modo, que o sujeito atômico na solidão de seu espaço é capaz de promover a melhora do mundo. Advogando assim que para uma sociedade individualista a melhor solução é a ação individualizada.

Além disso, devemos lembrar que ao senso comum boa parte das mercadorias é apresentada enquanto componente da construção do bem estar e felicidade, como advoga Bauman (2008); e que a compra e uso pode promover ganhos de diferentes naturezas. Não desejo me aprofundar nesta questão aqui, mas consumo enquanto construtor de nossa felicidade é um fenômeno moderno, divulgado e aceito pelo senso comum. Na contramão disso, o que muitas vezes é solicitado nestes manuais é um tipo de sacrifício e dor em prol do *outro* - mesmo que seja o “eu” em um futuro, portanto, certa elaboração de um *outro*. Solicitam que o sujeito deixe de fazer uso de seu carro, com todo o conforto que ele pode significar e opte pelo transporte público uma vez que este diminuiria os prejuízos de um bem comum: o ar. Enfatizam que o bem-estar global só pode ser obtido através de uma série de sacrifícios que devemos fazer, rompendo com as nossas já internalizadas práticas de consumo que promovem lazer, conforto e felicidade. É preciso um sistema de confiança nestes dados para que o sacrifício proposto seja aceito.

Por fim e talvez mais significativo aqui nesta parte seja a concorrência entre dois termos. Vejamos bem, no início o manual define que estas ações são destinadas a um consumidor consciente. Mesmo que não se pautem no consumo unicamente como compra, e estendermos também para as ideias de uso, renovação e descarte (MCCRACKEN, 2003) das mercadorias-objetos que entram em um sistema de troca monetário e não somente objetos da cultura material em geral (APPADURAI, 2008); ainda assim as ações que são muitas vezes propostas vão além daquilo que pode ser concebido como consumo. Creio que os manuais confundem ações em geral com ações de consumo. Tudo é apresentado como ação de consumo. Parece não discutir só consumo e cidadania, mas postular que toda ação é uma ação

de consumo e que cidadão e consumidor são planos concomitantes. Isto pode ser problemático, pois como veremos abaixo com Baudrillard (2007), quando os direitos passam a ser mercadorias de consumo eles deixam de ser de todos e passa a ser de alguns. Como discutir cidadania plena e geral da humanidade se esta é produzida apenas por aqueles que podem consumir?

2. Uma perspectiva teórica.

Pensar o consumo como algo que desenvolve os sujeitos enquanto cidadãos não é uma proposta unívoca entre os pensadores da temática. Bauman (2008) argumenta que a atual sociedade dos consumidores é fluida, descontínua e composta através de rupturas; diferente do sólido mundo dos produtores. Este mundo ocidental moderno encaminharia prioritariamente a construção de seus cidadãos enquanto consumidores. Assim, a *vida* teria sido “comodificada”, tornada uma mercadoria em um campo regido pela a lógica do consumo.

O objetivo crucial, talvez decisivo, do consumo na sociedade dos consumidores [...] não é a satisfação de necessidades, desejos e vontades, mas a comodificação ou recomodificação do consumidor: *eleva a condição dos consumidores à de mercadorias vendáveis*. [...] *Os membros da sociedade de consumidores são eles próprios mercadorias de consumo*, e é a qualidade de ser uma mercadoria de consumo que os torna autênticos dessa sociedade. (BAUMAN, 2008, p.76)

Este fato teria tornado os sujeitos apáticos em suas ações políticas, tendo em vista que o sucesso e o bem estar social⁵ do indivíduo seria embasado através do consumo de mercadorias e não por outras práticas como a política, religião, inserção em grupos e elaboração de identidade. Para Bauman (2008), na sociedade líquida moderna os laços comunitários teriam desaparecido o que afetou as ideias de participação e de cidadania. Logo, as ações de consumo não seriam necessariamente concebidas como possibilidades de ação política.

Sennett (2006) ao discutir o novo modelo do capitalismo debate a respeito da construção política nos moldes do consumo (inverte a premissa de análise acima apresentada). Para ele, tendo em vista que o consumismo moderno é da ordem do supérfluo, da compra de potência, do desinteresse e desinformação sobre aquilo que se adquire, então tal modelo não

⁵ Para Bauman (2008) a sociedade ocidental moderna é a única na história que teria definido a felicidade como o objetivo maior a ser alcançado. É esta felicidade que configura o bem estar social.

seria produtivo se inserido na ordem política. O autor argumenta que é apenas quando embasado pelo conhecimento que o cidadão poderia operar suas ações políticas de maneira positiva. Sennett trabalha com uma lógica que trata não de consumidores enquanto cidadãos, mas de cidadãos enquanto consumidores. Para o autor o melhor dos universos hoje seria o cidadão enquanto artesão (interessado, informado, consciente de sua ação). Muito próximo da defesa do modelo antigo e sólido que Bauman defende quando apregoa que hoje vivemos como consumidores e não como produtores. A lógica de Sennett permite vincular a categoria *artesão* com uma concepção de *consciência*, no sentido de estar ciente, informado, conhecedor daquilo com o que se relaciona. Não seria errado colocar na voz do autor uma ideia de cidadão enquanto artesão; ou seja, sinônimo de cidadão como *consumidor consciente*. Portanto, o que ele defende é a concepção de que a consciência da ação política é algo possível, viável e ainda mais: desejado. Desta maneira, *consciência* é foco central nas ideias do autor. Consciência e política devem andar juntas na produção positiva de mundo. A cidadania será possível quando o cidadão agir nos moldes de um consumidor consciente.

A possibilidade de cidadania através do consumo (e não apenas no modelo de ação) é defendida por Canclini (2006). Para ele:

É nesse jogo entre desejos e estruturas que as mercadorias e o consumo servem também para ordenar politicamente cada sociedade. O consumo é um processo em que os desejos se transformam em demandas e em atos socialmente regulados. (CANCLINI, 2006, p. 65).

O consumo serviria para pensar o social; onde seus aspectos rituais e simbólicos ajudam a elaborar diferentes noções de mundo. Poderíamos ver e agir politicamente, nos construindo enquanto cidadãos ativos, através das nossas práticas de consumo, sendo isso não apenas no momento da compra, mas nas escolhas, motivações, usos e descartes. Diferentemente de Bauman, Canclini não enxerga nos novos tipos de sociabilidade e ações políticas uma desregulamentação da civilidade, mas sim um novo processo que se estabelece e que deve ser cuidadosamente analisado. Para ele o que está em voga é “um novo tipo de responsabilidade cívica” (CANCLINI, 2006, p.69). Em sua ótica há uma ação política possível na prática do consumo; ou ainda, no consumismo moderno. Segundo o autor:

Estas ações políticas pelas quais os consumidores ascendem à condição de cidadãos implicam uma concepção do mercado não como simples lugar de troca de mercadorias, mas como parte de interações socioculturais mais complexas. Da mesma maneira, o consumo é visto não como mera posse individual de objetos

isolados, mas como a apropriação coletiva, em relações de solidariedade e distinção com outros, de bens que proporcionam satisfações biológicas e simbólicas, que servem para enviar e receber mensagens. (CANCLINI, 2006, p.70)

Seguindo esta tendência de análise Cochoy (2004) advoga que ao longo dos anos os atores econômicos inscreveram problemáticas políticas no circuito mercadológico. O mercado que antes era um espaço de disputa embasado primordialmente por questões de consumo (demanda, oferta, motivações, sentimentos, status e etc.) agora possui mais um substrato – talvez tão ou mais significativo que os outros- em seu estabelecimento: as considerações políticas.

Deste modo vemos um incipiente campo teórico que nos permite pensar o consumo moderno vinculado a um processo de cidadania (entendida como ação política que se relaciona à construção de direitos e deveres cívicos); inclusive pelo aspecto de sujeitos se relacionarem com o mundo também através de suas ações de consumo, como também reelaborarem este mundo através de tais práticas.

Estas de análises representam o consumidor não somente como um ser passivo e receptor do mundo material que o circula, mas como um sujeito que dialoga e reelabora o mesmo. Neste sentido McCracken (2003) disserta sobre elaboração de sentido e significado através das práticas rituais de consumo nas quais os consumidores inserem em si mesmos, como também pode exorcizar, os significados: elaborados na cultura, inseridos nos objetos e reenviados os sujeitos (com transformações neste processo). Elabora uma relação ativa e transformadora do sujeito.

A partir destes postulados podemos entender a cidadania no consumo consciente sendo pensada tanto como um significado presente nas mercadorias que pode ser inserido no sujeito, como também uma prática de construção de ação cívica pelo consumo em si mesmo.

Contudo, como nos alerta Baudrillard (2007), na medida em que certos valores (como ar puro, direitos, liberdade e ação política) passam a ser inseridos em uma mercadoria, deixam de ser um bem público, geral, transformando-se em privilégios de poucos. Segundo ele: “O ‘direito ao ar puro’ significa a perda do ar puro como bem natural, a sua passagem ao estatuto de mercadoria e a sua redistribuição social desigualitária.” (BAUDRILLARD, 2007, p.57). Ao ser transformada em algo exclusivo apenas daqueles que “podem pagar”, a construção da ação política através do consumo torna-se problemática. Caso o *ser* cidadão seja compreendido como algo que deveria ser acessível a todos, o alerta de Baudrillard apresenta a problemática da defesa da cidadania através do consumo. Fato é que o próprio conceito

proposto nos manuais/guias se define como “consumo consciente”. Logo, não é qualquer consumidor que produziria cidadania, apenas os poucos “capazes” e informados é que elaborariam tal prática. Além disso, as ações corriqueiras de consumo ordinário são descredibilizadas se não inserida nesta nova “lógica consumista”. Indo além, a própria lógica consumista é pouco trabalhada. Como se o consumismo não pudesse ser “vencido”; uma vez dentro dele, tentam promover uma adaptação para que não promova mais tanta injustiça.

A injustiça proposta é fundamentalmente aquela que rompe como os antigos modelos de ação cívica. Interessante notar que os direitos do cidadão os quais eles tanto buscam salvaguardar não foram adquiridos pela prática do consumo. Na grande maioria são direitos e deveres já conquistados em outras arenas de discussão. Quando muito se referem aos direitos dos consumidores – contudo, estes foram escritos e obtidos dentro de outra arena pública de debate. Não consegui encontrar nos guias/manuais nenhum “novo” direito produzido ou conquistado pelas práticas propostas⁶. Obviamente apresentam os ganhos obtidos, como diminuição do desmatamento, melhoria de certas áreas ou mesmo a melhoria de vida de alguns pequenos produtores por conta da economia solidária, mas não foi possível perceber nenhum “direito” novo sendo festejado nos manuais. Isso não significa que não exista, apenas que nesta apreensão geral não se conseguiu identificar esta elaboração. O que parece ser uma importante pista a seguir no futuro se desejarmos entender cidadania no consumo como uma ação política capaz de realizar a construção de novos patamares do direito cívico. Por hora, os manuais encontram-se muito mais em uma via pedagógica de elaboração de uma prática do que uma manifestação explícita daquilo que já se obteve. Tal pedagogia não parece explorar os lucros já obtidos, foca fundamentalmente em denunciar certas práticas e em elaborar emoções atreladas para a construção da cidadania.

Foquemos um pouco nas denúncias produzidas e na possibilidade de compaixão/solidariedade. Boltanski (2004) advoga que enquanto espectadores os sujeitos podem realizar uma compaixão diante de um sofrimento alheio. A compaixão quando constituída enquanto indignação (forma possível de ação) não direciona suas forças para aquele que sofre, mas volta suas armas para o agente do sofrimento. Assim sendo, há uma transformação da compaixão –que pode ser entendida enquanto aquilo que promove a solidariedade- em uma força ativa que visa à resolução do problema através da denúncia do agente causador da questão. Segundo ele: “whem the spectator sympathises with the

⁶ Quando muito podemos ver menções ao direito do consumidor. Contudo, este novo código não é restrito ao consumo consciente.

unfortunate in his resentment that he can give way to indignation” (BOLTANSKI, 2004, p.57). Para que a indignação possa existir é preciso ter conhecimento de um agente do sofrimento. Para que a denúncia seja válida deve haver legitimidade daquele que a realiza. Este não pode ter vínculos de interesses prévios com a vítima, nem ganhos particulares com a denúncia de certos agentes. A deslegitimidade daquele que denuncia coloca em risco a denúncia em si mesmo. Assim sendo, o sujeito moral da denuncia deve ser, em certa medida, um sujeito asséptico. Os guias e manuais tentam se apresentar desta forma. Nenhuma forma de ganho direto é vinculada à estas empresas “denunciadoras”. A legitimidade de seus “manifestos políticos” em prol do consumo consciente estaria em cheque se um ganho direto fosse possível de se observar.

Além disso, o consumo consciente é promovido através da elaboração do sofrimento das supostas vítimas. Segundo Boltanski, um dos modos de elaboração do tópico da denúncia é produzindo a vinculação entre a ação do acusado e o sofrimento da vítima. Neste ponto, como vimos, os manuais sutilmente colocam enquanto acusados dois universos: as empresas produtoras e os consumidores. Comprar é apresentado como uma ação que influi diretamente na dor do outro: na dor do explorado, na dor do mundo (as vítimas). Nos manuais/guias pouco se discute sobre todo o sistema perverso que faz sofrer. Nos discursos analisados o sofrimento é produzido por uma prática singularizada de uma empresa particular ou pela prática específica do consumidor. A felicidade de um (lucro irresponsável de uma empresa ou consumo irresponsável de um consumidor) e o sofrimento do outro (do trabalhador e da humanidade) são vinculados por uma ação pontual e menos por uma conjuntura da dor. Assim, o consumo consciente mantém a salvo o sistema, focalizando nos indivíduos isolados em suas ações. Isto não significa que não haja indicações sobre a diminuição do consumo e da produção, mas sim que a maior parte de sua pedagogia visa o sujeito e não consumismo exacerbado em si mesmo.

Outro ponto debatido por Boltanski é que a dor da vítima “libera um reflexo de raiva”. Esta raiva é expressa contra o acusado quando este pode ser identificado. Temos um duplo sentimento de raiva que é direcionado tanto para as empresas quanto para os consumidores “inconscientes”. Não a direcionam para o universo que causa a dor, mas para os sujeitos (empresas e consumidores) que as realizam em ato. A cidadania fica a mercê de práticas individualistas e não de uma estruturação social mais complexa. É obvio que o consumo é uma relação, mas as ações que os manuais/guias propõem estão muito mais focadas em um

âmbito pessoal/individual e não na alteração do sistema que provoca a dor. O *sistema* que provoca a dor aqui parece ser muito mais as práticas individuais dos consumidores ou os desrespeitos das empresas; e não um modelo de produção capitalista com sua busca incessante de lucro. O sistema de produção e consumo pode continuar desde que não causem dores diretas (desrespeito às leis, ao sujeito e ao mundo). Devemos lembrar que a definição do que é dor e do que faz sofrer é uma construção discursiva dos manuais. Se o sistema não gerar tais dores ele tem o aval para seguir em frente.

A acusação necessita, inclusive para veemência de sua fala, encontrar provas de seu argumento. Segundo Boltanski há toda uma metafísica da justiça em jogo. Um sofrimento que requer uma compaixão e que produz uma raiva direcionada contra sujeitos que produziram a dor; esta é a justiça proposta pelos manuais. Para que todo esse desencadear de ideias tenha validade é preciso apresentar as provas da ação da dor, como também reconhecer publicamente os culpados. Para que se acredite nas provas devemos ao mesmo tempo confiar naqueles que fazem a denúncia, e para isso é preciso que não haja uma vinculação de interesse por parte dos que fazem a acusação e que se confie em suas falas. Solicitam que confiemos neles; e tal confiança desemboca em desconfiar dos outros (empresas) e contra atacá-los. Para realizar a justiça é preciso confiar em uns e desconfiar dos outros. Contudo, se supostamente apresentam as provas das práticas maléficas dos outros, não nos dizem por quais motivos deveríamos confiar neles. Confiaríamos único e exclusivamente pelo ato de confiar em si mesmo, ou porque, seguindo a argumentação de Boltanski, quando alguém faz uma denúncia ele deliberadamente pode estar colocando em risco sua própria integridade. Assim sendo, se está se colocando em perigo então deveríamos confiar. O problema desta argumentação recai sobre o fato de que não podemos ver a priori o tal perigo, mas ainda mais importante é que quando confiamos por confiar não estamos nos conscientizando. Por mais que se apresentem como instituições legítimas, não sabemos como podemos acreditar em suas informações. Logo, devemos “crer” naquilo que dizem, o que nos parece ir de encontro ao postulado da tomada de consciência que o consumidor deveria ter, segundo os discursos.

Considerações finais

O intuito deste texto foi de produzir dúvidas, questões, perguntas e uma maior visão crítica sobre esta temática que vem ganhando espaço no nosso dia a dia. Não foi a nossa

vontade produzir respostas fechadas ao que se observou, mas sim apontamentos possíveis. No futuro desejamos um maior embasamento quando poderemos rever e até reavaliar as considerações aqui apresentadas, por hora fiquemos com o que nos parecem ser pistas importantes a serem pensadas.

Podemos entender que a concepção de cidadania exposta nestes manuais perpassa uma série de sentimentos e emoções que estão sendo vinculados em uma suposta cadeia lógica de entrelaçamento. Solidarizamos-nos com a dor do outro uma vez que reconhecemos no *outro* certa humanidade da qual compartilhamos. Além disso, deveríamos reconhecer a humanidade produzida nestes manuais, composta de um espaço tempo que é elaborado de forma universalista, de modo a facilitar nossa identificação, mas que nem sempre ocorre. Reconhecendo o “eu” no outro, produzindo empatia, devemos então agir em busca de uma justiça, supostamente retirando o agente da dor. Tal “agente” tanto pode ser tanto uma empresa quanto nós mesmos. Inclusive, as empresas que promovem a dor supostamente só existem porque nós ainda “financiamos” este sofrimento. Assim sendo, responsabiliza-se o consumidor pela dor. Deveríamos ser capazes de reconhecer tanto o “outro” que sofre, quanto também nos reconhecemos enquanto agentes da dor. Os manuais propõem então que para sanar a dor do outro devemos expurgar nossas ações, através de novas práticas de consumo. Acreditamos nisso porque confiamos em certo sistema perito (GIDDENS, 1991) que confirma a denúncia e também nos reconhece dentro desta teia da maldade, mas sem conseguir visualizar tal teia.

A tese defendida nos manuais/guias é que ao mudarmos as nossas ações geraremos o fim da dor. Responsabiliza-se prioritariamente o consumidor tanto pelas mazelas já existem (o desastre ambiental hoje e as precárias relações de trabalho se dariam em grande parte pela prática consumista individualizada que compôs nossa sociedade) quando pela possível salvação da humanidade. Parte significativa das ações propostas é baseada em uma série de sacrifícios que deveríamos realizar, seja o deixar de obter coisas que hoje achamos indispensáveis e úteis, como também tomando banhos curtos, não aceitando sacolas plásticas, usando menos o carro, pagando mais caro por produtos sociais e ambientalmente corretos e etc. De certo modo, como nos apresentou Bauman (2008), esta felicidade obtida pelos pequenos prazeres da vida cotidiana é específica da noção de bem estar da sociedade consumista moderna. Portanto, enquanto compartilharmos de uma concepção de sociedade consumista as ações propostas nos manuais preconizam algum tipo de sacrifício. Em última

análise, podemos entender que os manuais advogam que: expurgamos a dor dos outros ao nos impor certa dor. Há uma troca dos sofrimentos. Sofreríamos hoje em troca de um *outro* melhor e de um *eu* melhor no futuro. Por fim, a raiva que sentimos e a indignação que vivenciaríamos estão tão direcionadas a nós mesmos como às empresas produtoras. O sacrifício que realizamos estaria diretamente relacionando com a possibilidade de manutenção de nossa humanidade, uma vez que deveríamos sentir raiva e nos indignar com o que nós somos. Não é só o outro que é o agente da ação do mal, somos nós mesmos. A única maneira de mudar o que nós somos é realizando um sacrifício em prol de nós mesmos. Para isso, basta também que consumemos: “o que é certo” e “da maneira certa”. O “certo” seria estabelecido através da consciência apresentada e estabelecida nos manuais.

Por fim, a cidadania proposta pelos manuais não exclui o debate político dentro dela. Contudo, podemos notar que boa parte desta noção de direitos e deveres civis que estão aventando está mais vinculada a um universo individualista emocional. A já fundamentada cena pública de debate perde espaço nesta visão a qual a busca por um mundo melhor individualmente localizada garantiria a salvaguarda do mundo. Não é tanto a cena pública de disputa, que também pode ser arraigada de paixões, que estão clamando, mas sim um apelo emocional calcado no indivíduo solitário para a produção dos direitos. Ser cidadão seria ter compaixão e empatia para com o outro, e só através disso realizar seus direitos, enquanto que a relação com o Estado pouco é salientada. Busca-se o fortalecimento de laços legais, através de sentimentos pessoais.

Bibliografia

APPADURAI, Arjun. Introdução: Mercadorias e a Política de Valor. In: APPADURAI, Arjun. *A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói: editora da Universidade Federal Fluminense. 2008. p. 15 – 88.

BAUDRILLHARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 2007. 215p. (Arte e Comunicação). Bibliografia: p211-212. ISBN:978-972-44-1408-9

BAUMAN, Zygmunt *Vida para consumo: A transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008. 199p. Nota: p191-196. ISBN978-85-378-0066-9

BOLTANSKI, Luc. *Distant suffering. Morality, media and politics*. Cambridge. 2004. ISBN – 0-511-03859-3 ebook.

CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006. 228p. ISBN 85-7108-159-X

COCHOY, Franck. Por uma sociologia da embalagem. In: *Antropolítica: Revista contemporânea de Antropologia e Ciência Política*. Niterói, n.17: EDUFF, 2004. p 69-96.

GIDDENS, Anthony. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: UNESP, 1991. 177p. ISBN 85-7139-022-3

MCCRACKEN, Grant. *Cultura e consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo*. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003. 206p. Bibliografia: p182-206. ISBN 85-7478-108-8

MILLER, Daniel. *Teoria das compras*. São Paulo: Nobel, 2002. 191p. Bibliografia: p187-191. ISBN 85-213-1172-9

SENNETT, Richard. *A cultura do novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Record, 2006. 191p. ISBN 85-01-07430-6

SONTAG, Susan. *Diante da dor dos outros*. São Paulo: Cia das Letras, 2003. 112p. ISBN 85-359-0398-4