



Revista Katálysis

ISSN: 1414-4980

kataly@cse.ufsc.br

Universidade Federal de Santa Catarina
Brasil

das Graças e Silva, Maria; Souza Araújo, Nailsa Maria; Soares Santos, Josiane

"Consumo consciente": o ecocapitalismo como ideologia

Revista Katálysis, vol. 15, núm. 1, enero-junio, 2012, pp. 95-111

Universidade Federal de Santa Catarina

Santa Catarina, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179622787010>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais artigos
- ▶ Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe , Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

ENSAIO

“Consumo consciente”: o ecocapitalismo como ideologia

“Conscious Consumption”: Ecocapitalism as Ideology

Maria das Graças e Silva

Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

Josiane Soares Santos

Universidade Federal de Sergipe (UFS)

Nailsa Maria Souza Araújo

Universidade Federal de Sergipe (UFS)

Tradução para o inglês de Jeffrey Hoff.

“Consumo consciente”: o ecocapitalismo como ideologia

Resumo: Este texto tem como objetivo oferecer um conjunto de problematizações acerca do “consumo consciente”. Trata-se de um ensaio de natureza bibliográfica cuja tese central consiste em afirmar que, sob a prevalência do mundo mercantil, não se institui, de fato, o consumo consciente como afirmação do princípio da sustentabilidade socioambiental. Procura-se revelar o caráter ideológico desta formulação, que associa o consumismo e a possibilidade de sua superação apenas à necessidade de mudanças comportamentais sem que se explicitem suas dimensões socioeconômicas e sua funcionalidade como mecanismo de reprodução da lógica destrutiva do capital.

Palavras-chave: Consumismo. Consumo consciente. Ecocapitalismo. Perdulariedade.

“Conscious Consumption”: Ecocapitalism as Ideology

Abstract: The purpose of this article is to raise a set of questions about “conscious consumption.” It is an essay of a bibliographic nature whose central thesis consists in affirming that in a capitalist society conscious consumption cannot be constituted as an affirmation of the principle of socioenvironmental sustainability. The paper presents the ideological nature of this formulation, which associates consumerism and the possibility of overcoming it only to the need for behavioral changes, without explaining its socioeconomic dimensions and its functionality as a mechanism for the reproduction of the destructive logic of capital.

Keywords: Consumerism. Conscious consumption. Ecocapitalism. Wastefulness.

Introdução

A intensificação da destrutividade ambiental tem colocado a humanidade em face de um conjunto de problemáticas que impactam, direta ou indiretamente, as condições de reprodução da vida planetária. O aumento exponencial do lixo, a contaminação e redução das fontes de água potável, o aquecimento global, o desmatamento, a descartabilidade e a redução da biodiversidade são alguns dos fenômenos cada vez mais evidentes, afetando as possibilidades de reprodução do sistema do capital, além de impactarem as múltiplas formas de vida orgânica, sobretudo, a dos segmentos mais pauperizados das classes trabalhadoras.

As alternativas, hegemonicamente presentes no debate ambiental, apontam para um conjunto de iniciativas de ordem técnica e comportamental, caucionadas na defesa do aprimoramento e da ecologização do capital: trata-se de um discurso que propala a capacidade do sistema de compatibilizar “desenvolvimento econômico e preservação ambiental”, desde que os indivíduos adotem posturas mais respeitosas para com a natureza. Sob o manto da responsabilidade socioambiental, os meios de comunicação enfatizam, cotidianamente, experiências bem sucedidas, iniciativas empresariais “sustentáveis”, revelando uma ofensiva ideológica sem par, cujo fim é convencer a todos de que é possível superar a degradação ambiental sob o signo do capital.

A defesa da necessidade de mudanças nos “padrões de consumo” ganha relevo neste debate, tendo em vista o imenso desperdício de recursos naturais resultante, sobretudo, da expansão irrefreada do consumo de materiais descartáveis e de artigos de luxo. Espaia-se a ideia de que a intensificação do consumo e dos valores que lhe dão suporte vem agravando a dilapidação ambiental e a questão social.

O argumento não poderia ser mais justo e sedutor: a insustentabilidade do modelo vigente reside na extrema polarização no acesso ao mercado e se manifesta no consumo excessivo de uns e na interdição de muitos às condições de satisfazerem suas necessidades elementares, a exemplo da alimentação, saúde, moradia e educação. Neste sentido, advoga que especial atenção deve ser dedicada à demanda de recursos naturais, resultante desta tendência, bem como à poluição que daí deriva.

Em consequência desta realidade é que vem tomando corpo o “consumo consciente”, propugnado pelos seus idealizadores como alternativa à crescente perdularidade que medeia a relação entre sociedade e natureza na contemporaneidade. Trata-se de converter o consumo em “ato consciente”, sobretudo quanto aos seus impactos na sociedade e na natureza. “O objetivo do consumo, quando consciente, extrapola o atendimento de necessidades individu-

Introduction

The intensification of environmental destructivity has faced humanity with a set of problems that directly and indirectly impact the conditions for the reproduction of planetary life. The exponential increase in the amount of garbage, the contamination and reduction of potable water sources, global warming, deforestation, discardability and reduction of biodiversity are some of the increasingly more evident phenomenon. They affect the reproductive possibilities of the capitalist system and impact multiple ways of life, above all, those of the poorest segment of the working classes.

The alternatives presented as hegemonic in the environmental debate point to a set of technical and behavioral initiatives that defend improving capital and making it “ecological”. The discourse promotes the ability of the system to make economic development compatible with environmental preservation, as long as individuals adopt more respectful stances towards nature. Under the mantle of socioenvironmental responsibility, the communication media regularly emphasize successful experiences, “sustainable business initiatives”, revealing an unequalled ideological offensive that attempts to convince everyone that it is possible to overcome environmental degradation under capitalism.

A defense of the need to change “consumption standards” is highlighted in this debate, considering the immense waste of resources caused above all by the unchecked expansion of the consumption of discardable materials and luxury items. The idea is promoted that the intensification of consumption and the values that support it have aggravated environmental degradation and social problems.

The argument could not be more just and seductive: the unsustainability of the ruling model resides in the extreme polarization of access to the market and is manifest in excessive consumption by some, while a large portion of the world’s population does not have access to the conditions required to satisfy their basic needs such as food, healthcare, housing and education. In this sense, it advocates that special attention must be dedicated to the demand for natural resources, caused by these trends, as well as the pollution which derives from it.

A “conscious consumption” movement has been gaining strength as a consequence of this reality, and is promoted by its theorists as an alternative to the growing wastefulness that mediates the relationship between society and nature. It involves converting consumption into a “conscious act”, with special reflection on the impacts the use and production of goods have on society and nature. “The object of consumption, when conscious, goes beyond serving individual needs. It considers its

ais. Leva em conta seus reflexos na sociedade, economia e meio ambiente”¹.

Mas, a despeito dos apelos de organizações ambientalistas e de consumidores, os níveis de consumo não param de crescer – como necessidade imperiosa da dinâmica de expansão da produção. Os impactos dessa dinâmica sobre o meio ambiente são reconhecidos até mesmo por economistas da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), os quais revelam que o crescimento econômico nos países ditos desenvolvidos tem intensificado as pressões sobre o meio ambiente desde a segunda metade do século 20, com perspectiva de acentuação desta nos próximos 20 anos (KEMPF, 2010).

O aumento do consumo constitui um dos traços essenciais do movimento de expansão capitalista, como impulso à acumulação privada. Entretanto, no capitalismo tardio, o desenvolvimento das forças produtivas articula-se, contraditóriamente, ao “desperdício institucionalizado” como modo privilegiado de acelerar a velocidade de rotação do capital, posto que a ampliação do círculo do consumo no interior da circulação é condição precípua para a realização do valor. Assim, a obsolescência programada das mercadorias expõe uma das faces mais destrutivas do capitalismo contemporâneo. Para Mészáros (2002, p. 679), “consumo e destruição vêm a ser equivalentes funcionais do ponto de vista pernicioso do processo de realização capitalista.”

Esta realidade vem demonstrar que a propaganda do “consumo consciente” – apesar de sua inelegível crítica ao consumismo – tem-se revelado ineficaz como estratégia de enfrentamento da perdularidade dos recursos naturais, pois remete esta problemática ao órbe individual, cuja finalidade é promover uma radical mudança de comportamento, cabendo a todos os cidadãos assumirem “a sua parte”. O “consumo consciente” e o fim das práticas predatórias seriam responsabilidade de toda a sociedade, indistintamente.

O caráter ideológico² deste discurso é evidente: à medida que reitera os princípios e fundamentos do mundo mercantil – ainda que ofereça a crítica a seus efeitos mais gravosos – reduz as possibilidades de estabelecimento de relações ambientalmente saudáveis, uma vez que estas são sempre socialmente mediadas. Isso significa dizer que, embora tenham expressão nas atitudes individuais, essas relações continuam a ser travejadas pela alienação e por valores burgueses bem distantes de uma “pretensa consciência”.

Nesse andamento, pelo menos duas questões merecem ser destacadas. A primeira reside no fato de que, no afã de compatibilizar acumulação capitalista e preservação ambiental, a proposição “consumo consciente” acaba por transferir ao consumidor final o ônus de um processo no qual, longe de ser protagonista, representa, de fato, o elo mais frágil da

reflexes on society, the economy and the environment”¹.

Nevertheless, despite appeals from environmental organizations and consumers, consumption continues to grow – as an imperative need for the dynamic expansion of production. The impacts of this dynamic on the environment are recognized even by economists from the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), who report that economic growth in the countries considered developed has intensified pressure on the environment since the second half of the 20th century, and is expected to be accentuated in the next 20 years (KEMPF, 2010).

Continuously increasing consumption constitutes one of the essential traits of capitalist expansion, as an impulse to private accumulation. Nevertheless, in late capitalism, the development of the productive forces is directly related – contradictorily and dialectically – to “institutionalized waste” as an excellent way to accelerate the rotation of capital, given that the expansion of the circle of consumption in the interior of the circulation is a essential condition for the realization of value. Thus, the programmed obsolescence of goods exposes one of the most destructive faces of contemporary capitalism. For Mészáros (2002, p. 679), “consumption and destruction come to be functional equivalents from the perverse perspective of the process of capitalist realization.”

This reality demonstrates that the promotion of “conscious consumption” – despite its undeniable criticism of consumerism – has been an ineffective strategy for confronting the waste of natural resources, because it places this problem in the individual sphere, with the goal of promoting a radical change in behavior, and it is up to all citizens to “play their part.” “Conscious consumption” and the end of predatory practices, are thus presented as the responsibility of all of society, without distinction.

The ideological character² of this discourse is evident: to the degree that it reiterates the principles and foundations of the commercial world – even if it criticizes its most serious effects – it reduces the possibilities for establishing environmentally healthy relationships, given that these are always socially mediated. This is to say that although they are expressed in individual attitudes, these relationships continue to be framed by alienation and bourgeois values that are quite far from having a “conscious intention.”

At least two questions deserve to be highlighted. The first concerns the fact that, eager to make capitalist accumulation compatible with environmental preservation, the “conscious consumption” proposal transfers to the final consumer the responsibility for a process in which, far from being the protagonist, he or

cadeia. Este, enredado em uma teia de sedução mobilizada por mecanismos meticulosamente estudados pelo *marketing* e pela propaganda e destituído das informações mínimas que orientem a sua decisão no ato da compra – quando não é diretamente ludibriado –, vê reduzido ou diretamente nulo o poder que lhe vem sendo, em tese, atribuído.

O discurso de valorização do papel do consumidor individual contrasta com a força das grandes corporações e seu controle sobre o mercado, expressos na produção de estilos de vida, na criação de apetites e de padrões de comportamento, pretensamente inovadores, mas reafirmadores da irracionalidade no uso dos recursos naturais e da subalternidade do conjunto da sociedade face à hipertrofia do mercado. Ao fim e ao cabo, tem-se a afirmação de saídas individuais e psicologizantes, de forte apelo moralizador, remetendo a questão às normas de condutas, a julgamentos de valores, ao tempo em que mantêm intocadas as suas bases constitutivas.

A segunda preocupação, relacionada à face ideológica desse discurso, considera as possíveis incideências desse tipo de discurso no âmbito do Serviço Social, haja vista seu fundamento nitidamente moralizante que pode se conjugar com uma tendência historicamente presente no debate desse campo profissional. Referimo-nos às tentativas frequentes de “reatualização do conservadorismo” que disputam hegemonia nos diversos espaços socioocupacionais, incluindo-se aqueles que ora se abrem para o trabalho do assistente social, vinculados à temática ambiental. Tem sido cada vez maior a incorporação dessa temática na agenda de demandas à profissão, seja sob a forma de projetos executados pelo chamado “terceiro setor” (ONG’s, Fundações empresariais etc), seja nos campos de trabalho considerados mais “tradicionalis” – nos quais a transversalidade da questão ambiental aparece como desdobramento das mais diversas políticas sociais – ou mesmo em instituições de natureza acadêmico-científica. Portanto, atentar para o caráter ideológico do discurso do “consumo consciente” – com vistas à sua desmistificação – é também uma forma de sustentar as bases ético-políticas construídas pela história recente do Serviço Social, tendo-se presente sua condição ineliminável enquanto fundamento das propostas formuladas e implementadas no exercício profissional.

A tese central aqui delineada consiste em afirmar que, sob a prevalência do mundo mercantil, não se insitui, de fato, o consumo consciente como afirmação do princípio da sustentabilidade socioambiental. Mais, esta formulação revela o seu caráter ideológico, na medida em que esmaecem as determinações sociais e econômicas do consumismo, inscrevendo-o como fenômeno cultural – o qual deveria ser enfrentado, essencialmente, a partir de mudanças atitudinais –

she in fact represents the most fragile link of the chain. Entangled in a web of seduction created by mechanisms meticulously studied by marketing and advertising, and lacking the minimum amount of information needed to guide his or her decision at the time of purchase – when the consumer is not directly deceived – the power that has been attributed in thesis to the individual consumer is reduced or completely nullified.

The discourse about the heightened role of the individual consumer contrasts with the strength of large corporations and their control over the market, expressed in the production of lifestyles, in the creation of appetites and behavioral standards, with pretensions of being innovative but which reaffirm the irrational use of natural resources and the subalternity of a portion of society confronted with the hypertrophy of the market. Finally, they involve the affirmation of individual and psychological solutions that have a strong moral appeal, which link the issue to behavioral norms and value judgments, while maintaining their fundamental causes untouched.

The second concern, related to the ideological side of this discourse, considers the possible incidences of this type of discourse in the realm of Social Work, considering its clearly moralizing basis, which can be conjugated with a trend that is historically present in the debate within this professional field. We are referring to the frequent attempts to “revise conservative thinking” which dispute hegemony in the various socio-occupational spaces, including those opened to the work of social assistance related to environmental issues. There has been an increasing incorporation of this issue to the agenda of demands for the profession, whether as projects executed by the so-called “third sector” (NGOs, business foundations etc), or in fields of work considered more “traditional” – in which the transversality of the environmental issue appears as a consequence of the wider variety of social policies – or even in institutions of a scientific-academic nature. Therefore, to consider the ideological nature of the discourse of “conscious consumption” – in an attempt to demystify it – is also a way to sustain the ethical-political bases constructed by the recent history of Social Work, considering its ineliminable condition as a foundation for the proposals formulated and implemented in exercising the profession.

The central thesis presented here is that under the prevalence of the global capitalist system, conscious consumption cannot be implemented as an affirmation of the principle of socio-environmental sustainability. Moreover, this formulation reveals its ideological character, to the degree to which it dilutes the social and economic determinations of consumerism, presenting it as a cultural phenomenon – which should be confronted, essentially, based on changes in attitude – removing it from its intrinsic

apartando-o de suas determinações intrínsecas: o sociometabolismo do capital e a sua lógica destrutiva.

Combate ao consumismo: uma questão de atitude?

A expansão do consumismo como fenômeno exponencial do nosso tempo tem produzido inquietações crescentes, levando em conta os seus impactos danosos, tanto ambientais quanto sociais. A disseminação, pelos meios de comunicação, de estilos de vida projetados pelo mercado como ideais de plenitude e de satisfação humana tem aprofundado a “banalização do humano”, levando cada vez mais os indivíduos a vincularem ao ato de consumir as possibilidades de sua realização pessoal.

Decerto que as investidas capitalistas têm obtido sucesso. O *Relatório Estado do Mundo*³ publicado pelo Instituto Akatu (2010, p. 4) não deixa dúvidas quanto a isso:

O consumo teve um crescimento tremendo nos últimos cinquenta anos, registrando um aumento de 28% em relação aos US\$ 23,9 trilhões gastos em 1996 e seis vezes mais do que os US\$ 4,9 trilhões gastos em 1960 (em dólares de 2008). Parte desse aumento é resultante do crescimento populacional, mas o número de seres humanos cresceu apenas a uma razão de 2,2 entre 1960 e 2006. Sendo assim, os gastos com consumo, por pessoa, praticamente triplicaram.

Estes dados, por si sós, lançam por terra as teses neomaltusianas que atribuem ao crescimento demográfico um lugar de centralidade na intensificação da questão ambiental⁴. A pressão sobre os recursos do planeta exibe, para além da variável demográfica, um conjunto de fatores que resultam da intensificação da produção, da descartabilidade generalizada como estratégias de encurtamento do ciclo de vida das mercadorias e de valorização do capital.

O referido relatório (2010, p. 4) expõe outros dados:

Entre 1950 e 2005, por exemplo, a produção de metais cresceu seis vezes, a de petróleo, oito, e o consumo de gás natural, 14 vezes. No total, 60 bilhões de toneladas de recursos são hoje extraídas anualmente – cerca de 50% a mais do que há apenas 30 anos. Hoje, o europeu médio usa 43 quilos de recursos diariamente, e o americano médio, 88 quilos. No final das contas, o mundo extrai o equivalente a 112 edifícios *Empire State* da Terra a cada dia.

Os impactos desta tendência sobre o conjunto dos ecossistemas são inquietantes: a escassez dos recur-

determinations: the socio-metabolism of capital and its destructive logic.

Combatting consumerism: a question of attitude?

The expansion of consumerism as an exponential phenomenon of our time has produced growing concerns, considering its harmful impacts, both environmental and social. The dissemination by the communication media of lifestyles projected by the market as ideals of plenitude and human satisfaction have deepened “human banalization,” leading increasing numbers of individuals to relate the act of consumption to possibilities for personal realization.

It is clear that the capitalist onslaught has been successful. The *State of the World Report*³ published in Brazil by the Instituto Akatu (2010, p. 4) leaves no doubt about this:

Consumption had tremendous growth in the past fifty years, registering a 28% increase in relation to the US\$ 23.9 trillion spent in 1996 and six times more than the US\$ 4.9 trillion spent in 1960 (in 2008 dollars). Part of this increase is the result of population growth, but the number of human beings grew only at a rate of 2.2 between 1960 and 2006. Thus, consumer spending, per person, has practically tripled.

This data, alone brings to earth the neo-Malthusian theses that attribute demographic growth a central role in the intensification of the “environmental question”⁴. The pressure on the planet’s resources exhibit, beyond the demographic variable, a set of factors that result from the intensification of production and generalized discardability as strategies for shortening the lifecycle of goods and to increase the value of capital.

This report (2010, p. 4) presents other data:

Between 1950 and 2005, worldwide metals production grew six-fold, oil consumption eightfold, and natural gas consumption 14-fold. In total, 60 billion tons of resources are now extracted annually – about 50% more than just 30 years ago. Today the average European uses 43 kilograms of resources daily, and the average American uses 88 kilograms. All in all, the world extracts the equivalent of 112 Empire State Buildings from the Earth every day.

The impacts of this trend on the world’s ecosystems are disturbing: the scarcity of non-renewable resources, the level of global warming, the catastrophic effects of industrial waste and various

sos não renováveis, os níveis de aquecimento planetário, os efeitos catastróficos dos dejetos industriais e poluentes diversos são algumas das evidências da destrutividade ambiental⁵. O resultado, segundo os pesquisadores, é um colapso futuro na capacidade do planeta de fornecer recursos naturais aos seres humanos, comprometendo, sobremaneira, as condições das gerações futuras produzirem o suficiente para satisfazerem suas necessidades.

Esta dinâmica destrutiva vem se aprofundando, a despeito das tentativas de atenuar os seus efeitos mais danosos: a adoção de “tecnologias limpas”, a intensificação dos processos de educação ambiental ou mesmo a incorporação de indicadores socioambientais nas atividades mercantis. Em outros termos, a lógica do desperdício se mantém e se aprofunda apesar da redução de matérias-primas e de energia por unidade produzida, como parte das medidas de otimização do processo produtivo.

Não restam dúvidas quanto aos impactos do consumismo na crescente dilapidação da natureza. Porém, em outra ponta, o aumento da produção do lixo em nível mundial revela a contraface deste mesmo fenômeno de graves repercussões para a sociedade. “A descartabilidade provoca um volume global do aumento do lixo não orgânico em torno de 40% em todo o mundo e de até 60% nos países mais adiantados” (BARREIRA, 2004, p. 119).

Mas, para além dos efeitos desastrosos sobre o meio ambiente, o consumismo revela um dos seus traços mais perversos. Além de excessivos, os atuais níveis de consumo são profundamente desiguais – entre nações e entre classes sociais. De igual maneira, são também assimétricas as responsabilidades pelos males ambientais de nossos dias, cabendo aos pobres assumir os maiores custos. Isso porque, apesar de ser a fração da população mundial que menos consome, está exposta, de modo mais intensivo, às consequências socioambientais oriundas de condições inadequadas de vida, como é o caso das moradias em áreas de risco e da destinação indevida do lixo, por exemplo. A discussão em torno da equação “crescimento econômico” versus “medidas de enfrentamento às mudanças climáticas” é bem ilustrativa desta tendência.

Ainda segundo o *Relatório Estado do Mundo* (INSTITUTOAKATU, 2010, p. 6):

Em 2006, os 65 países de renda alta onde o consumismo é prevalente representaram 78% dos gastos de consumo, mas apenas 16% da população mundial. Considerando-se apenas os Estados Unidos, houve um gasto de US\$ 9,7 trilhões em consumo naquele ano – cerca de US\$ 32.400 por pessoa, o que representa 32% dos dispêndios globais feitos por apenas 5% da população mundial.

pollutants are some of the evidence of environmental destruction⁵. The result, according to researchers, is a future collapse in the planet's capacity to supply natural resources to human beings, compromising, above all, the conditions of future generations to produce enough to satisfy their needs.

This destructive dynamic has been deepening, despite attempts to attenuate its most damaging effects, including the adoption of “clean technologies,” the intensification of processes of environmental education or even the incorporation of socio-environmental indicators in commercial activities. In other terms, the logic of waste is maintained and intensified despite the reduction of raw materials and of energy per unit produced, as part of the measures to improve the production process.

There is no doubt about the impacts of consumerism on the growing dilapidation of nature. The increased production of garbage on a global level reveals the other side of this phenomenon with grave social repercussions. “Discardability provokes a global volume of increased non-organic garbage of some 40% around the world and of up to 60% in the more advanced countries” (BARREIRA, 2004, p. 119).

But, far beyond the disastrous effects on the environment, consumerism reveals one of its most perverse traits. In addition to being excessive, current consumption levels are highly unequal – between nations and between social classes. Similarly, responsibilities for our current environmental problems are also asymmetric, and the poor assume the greater burden. This is because despite being the faction of the global population that consumes less, it is more intensively exposed to the socio-environmental consequences stemming from unsuitable living conditions, such as homes in areas of risk and their proximity to improperly destined waste. The discussion about the equation “economic growth” versus “measures to confront climate changes” is quite illustrative of this trend.

As the *State of the World Report* indicates (INSTITUTOAKATU, 2010, p. 6):

In 2006, the 65 highest income countries where consumerism is prevalent represented 78% of consumption spending, but only 16% of the world population. Considering only the United States, US\$ 9.7 trillion was spent on consumption that year – close to US\$ 32,400 per person, which represents 32% of global spending made by only 5% of the global population.

The promotion of “conscious consumption” is part of a group of initiatives that intend to change this context. “Conscious consumption, sustainable consumption, responsible consumption” are the most common designations for these efforts. Their common

A propagação do “consumo consciente” integra um conjunto de iniciativas que pretende alterar este contexto. “Consumo consciente, consumo sustentável, consumo responsável” são as designações mais usuais. O fundamento comum às mesmas é a incorporação da informação sobre o produto, a ética e a sustentabilidade nas escolhas individuais no âmbito do mercado, de forma a considerar tanto os impactos positivos quanto negativos implicados no ato de consumir. O apelo: o engajamento de todos na busca de soluções aos graves problemas do nosso tempo, incorporando hábitos de consumo ambientalmente saudáveis, oferecidos inclusive pelos próprios capitalistas, seja no comércio, na indústria e até no setor financeiro⁶.

Consumo consciente é não consumir?

É consumir diferente: escolhendo os impactos que se quer causar. É consumir solidariamente: buscando os impactos positivos para o bem-estar da sociedade e do meio ambiente. É consumir sustentavelmente: contribuindo para que as próximas gerações se beneficiem do milagre da vida como nós a conhecemos hoje no planeta⁷.

Conforme fica demonstrado, a proposição de um “consumo consciente” invoca e supõe o poder do consumidor e o exercício da liberdade neste ato. Cabe-nos perguntar: que informações o consumidor dispõe acerca dos impactos positivos e negativos de tal produto? Quem são os responsáveis pela disseminação das parcas informações (quando existem) nos rótulos das mercadorias? Quais são, efetivamente, o poder e a liberdade dos consumidores no ato de consumir algo?

De fato, a aparente igualdade entre os indivíduos, propalada pelos defensores da economia de mercado, vem se demonstrando tanto mais falaciosa quanto se expande o poder das grandes corporações e seus domínios cada vez mais concentrados do mercado mundial. Por sua vez, a urbanização crescente tem acarretado a expansão dos serviços, a produção em massa de mercadorias e sua crescente padronização, ainda que mediada pelo discurso de individualização das necessidades.

Neste contexto, evidencia-se a fragilidade do consumidor, o qual é submetido a relações marcadamente desiguais, desde o acesso à informações sobre o que se pretende consumir – o que não raro impõe riscos à saúde e segurança individuais – quanto à capacidade de se defender de práticas abusivas levadas a efeito pelas empresas. Desse modo, constata-se um conjunto de assimetrias entre as grandes corporações e sua arquitetura mercantil (escritórios de advocacia, empresas de cobranças e relações públicas) de um lado e o consumidor final de outro, destituído de tempo e de recursos para fazer face ao poderio das empresas. De acordo com Dowbor (2007, p. 16):

basis is the incorporation of information about the product, and the ethics and sustainability of individual choices in the realm of the market, to consider both the positive and negative impacts involved in consumption. The appeal is for everyone to be engaged in the search for solutions to the grave problems of our time. This is achieved by incorporating environmentally healthy consumption habits, which are even offered by the capitalists themselves, whether in commerce, industry or even in the financial sector⁶.

Isn't conscious consumption consumption?
It is to consume differently: choosing the impacts that one wants to cause. It is to consume with solidarity: seeking positive impacts for the well-being of society and the environment. It is to consume sustainably, contributing so that the coming generations benefit from the miracle of life as we know it today on the planet⁷.

As was shown, the proposal for “conscious consumption” invokes and supposes the power to consume and the exercise of liberty in this act. We can ask: what information does the consumer have about the positive and negative impacts of a product? Who are those responsible for the dissemination of the limited information (if any) found on the labels of goods? What are, effectively, the power and the liberty of consumers in the act of consuming something?

In fact, the apparent equality between individuals, promoted by the defenders of the market economy, has been demonstrated to become more deceptive as the power of large corporations expands along with their increasingly concentrated control over global markets. In turn, growing urbanization has led to an expansion of services, the mass production of goods and their growing standardization, even if measured by the discourse of the individualization of needs.

In this context, the fragility of the consumer is revealed. Consumers are submit to unequal market relations, from the access to information about what they intend to consume – which often present risks to health and individual security – as well as the ability to defend themselves from abusive practices by companies. In this way, a set of asymmetries is found between the large corporations and their commercial apparatus (law offices, bill collectors and public relations) on one hand and the final consumer on the other, who has no time or resources to confront the power of the companies, according to Dowbor (2007, p. 16)

With the expansion of corporate power we fail to be individuals who chose to become a stock available to a large supplier [...]; cartelization even makes options barely distinct [...]. They are new realities that have as a common denominator the fragility of the consumer.

Com a ampliação do poder corporativo, deixamos de ser indivíduos que optam para nos tornarmos um ‘plantel’ atribuído a um grande fornecedor [...]; a cartelização torna inclusive as opções pouco diferenciadas [...]. São novas realidades que têm como denominador comum a fragilidade do consumidor.

Os grandes conglomerados econômicos, a despeito de competirem entre si e com os segmentos não oligopolizados, acabam por fatiar o mercado em áreas de domínio específicas, reduzindo, assim, sua capacidade reguladora. A parca regulação do próprio mercado e do Estado se impõe, favorecendo a concentração de poder em mãos dos oligopólios e a consequente acentuação da fragilidade do consumidor. O desenvolvimento tecnológico é a grande alavanca propulsora deste processo, facilitando as transações mercantis e reduzindo as distâncias entre os dois polos do consumo: quem fornece e quem consome. No entanto, “quando sistemas oligopolizados como bancos, telefonia ou outros se apropriam do processo, é o próprio consumidor que passa a ser terceirizado” (DOWBOR, 2007, p. 16).

Na esteira do incremento tecnológico, os meios de comunicação têm assumido papel decisivo, ganhando centralidade no processo de acumulação capitalista. A publicidade e as modernas estratégias de *marketing*, apropriadas como poderosas ferramentas a serviço do capital passam a exercer uma persuasão cada vez maior, ancoradas nos modernos e variados meios difusores da informação – a exemplo da televisão –, seduzindo pelas imagens de um mundo perfeito, idealizado, fazendo parecer que nele todos os indivíduos podem participar como consumidores.

Desde a segunda metade do século 20, a publicidade, especialmente a marca publicitária, deixa de estar vinculada diretamente à qualidade dos produtos para propor imagens associadas ao estilo de vida, ao sonho de beleza, à felicidade proporcionada pelo consumo (FONTENELLE, 2007). Em meio à proliferação dos descartáveis, esta estratégia ganha eficácia, desobrigando as empresas a apostarem em produtos eficientes, duradouros, ao mesmo tempo em que dissemina uma cultura consumista, cujo fim último é oferecer novas possibilidades de acumulação de capitais. Os dados são ilustrativos:

Talvez a maior ferramenta comercial para atiçar o consumo seja o *marketing*. Os gastos globais com publicidade chegaram a US\$ 643 bilhões em 2008, sendo que em países como China e Índia eles crescem a uma taxa de 10% ou mais ao ano [...]. Sem dúvida, se a publicidade não fosse tão eficiente, as empresas não gastariam 1% do produto mundial bruto para vender seus artigos (INSTITUTO AKATU, 2010, p. 11-12).

The large economic conglomerates, although they compete among themselves and with the non-oligopolized segments, wind up dividing the market in specific areas of control, thus reducing their regulatory capacity. The weak regulation of the market and the State favor the concentration of power in oligopolistic markets and accentuate the fragility of consumers. Technological development is the great leveraging force of this process, facilitating commercial transactions and reducing distances between the two poles of consumption: those who supply and those who consume. Nevertheless, “when oligopolized systems such as banks, telephony or others appropriate the process for themselves, it is the consumer who comes to be outsourced” (DOWBOR, 2007, p. 16).

In the course of technological advances, the communication media have assumed a decisive role, taking on a central role in the process of capitalist accumulation. Publicity and modern marketing strategies, appropriated as powerful tools at the service of capital, come to have increasing influence, based on the modern and varied media – such as television – that distribute information and seduce the population with images of a perfect, idealized world, making it appear that all individuals can participate in it as consumers.

Since the second half of the 20th century, advertising, especially the promotion of brands, is no longer tied directly to the quality of products and increasingly present images associated to lifestyle, the dream of beauty or the happiness offered by consumption (FONTENELLE, 2007). Amid the proliferation of discardable goods, this strategy has become increasingly effective, and companies no longer need to invest in efficient, long-lasting products, while it also disseminates a consumerist culture, whose ultimate goal is to offer new possibilities for capital accumulation. The data are illustrative:

Perhaps the greatest commercial tool for inducing consumption is marketing. Global spending on publicity has reached US\$ 643 billion in 2008, and in countries such as China and India it has grown at a rate of 10% or more per year [...]. Nevertheless, if advertising was not so effective, companies would not spend 1% of total global production to sell their goods (INSTITUTO AKATU, 2010, p. 11-12).

On the other hand, the strategy to combat waste, in which a change in consumer standards has an outstanding role, is nearly always related to technological innovation: “the combat of waste in the production process should take place through the adoption of technologies that are less energy intensive and that require fewer raw materials” (AGENDA 21 BRASILEIRA, p. 25)⁸.

Por outro lado, a estratégia de combate ao desperdício, para a qual a mudança nos padrões de consumo assume papel de destaque, quase sempre é remetida ao plano das inovações tecnológicas: “o combate ao desperdício, ainda durante o processo produtivo, deve-se dar pela adoção de tecnologias menos intensivas em energia e que requeiram menos matérias-primas” (AGENDA 21 BRASILEIRA, p. 25)⁸.

Decerto, o pensamento empresarial brasileiro – em particular os setores mais dinâmicos da indústria – incorporou o combate ao desperdício no interior das unidades produtivas como parte das estratégias de competitividade, integradas à gestão ambiental privada, cujo objetivo é reduzir os danos ambientais e o desperdício⁹. O alcance destas estratégias, entretanto, tem sido limitado visto que prevalece a anarquia da produção, o que acaba por neutralizar os impactos positivos daquelas. Conforme vimos destacando ao longo deste trabalho, o uso dos recursos naturais tem se alargado nas últimas décadas, não em razão destas ações, mas a despeito delas.

Indubitavelmente, o esforço de analisar o consumismo remete-nos a um dos mais complexos fenômenos do nosso tempo, posto que sintetiza um conjunto mais amplo de contradições que enfrenta o gênero humano sob a ordem do capital: a busca permanente pela satisfação de suas necessidades dá-se mediada pela compra e venda de mercadorias, submetendo as possibilidades de realização humana aos ditames do mercado e seu apetite voraz.

Neste sentido, o capitalismo opera, ante o universo das necessidades humanas, uma dupla processualidade: de um lado, ao impulsionar o desenvolvimento das forças produtivas, produz necessidades “múltiplas e ricas” e de outro, limita-as, provocando o empobrecimento dos homens, por quanto transforma o desejo de possuir em síntese e principal expressão da riqueza, aspiração primeira do gênero humano. Na medida em que a produção constitui o objetivo do homem e a riqueza, o objetivo da produção (MARX, 1985), a própria riqueza manifesta-se em forma de coisa ou objetos, resultado de uma relação externa aos indivíduos que a produzem¹⁰.

Por isso é que, contraditoriamente, ao mesmo tempo em que o capitalismo promove o aumento exponencial da riqueza social, torna o indivíduo mais pobre ao alienar reiteradamente a capacidade humana de produção de suas necessidades, coisificando-as. Analisando o empobrecimento das necessidades e capacidades humanas sob o capital, Heller (1986, p. 65) aponta dois processos que lhe são intrínsecos: a “redução” e a “homogeneização”, os quais incidem sobre todas as classes sociais, embora de maneira desigual. Afirma a autora:

A necessidade de ‘ter’ é a que se reduzem todas as necessidades e a que as converte em homogêneas.

Brazilian corporate thinking – especially in the most dynamic industrial sectors – has certainly incorporated the combat of waste within its factories as part of competitive strategies, integrated to private environmental management, whose goal is to reduce environmental damage and waste⁹. The scope of these strategies, nevertheless, has been limited given that the anarchy of production prevails, which winds up neutralizing its positive impact. As we have seen highlighted during this study, the use of natural resources has expanded in recent decades, not because of these actions, but in spite of them.

The effort to analyze consumption is undoubtedly related to one of the most complex phenomenon of our time, given that the process synthesizes a broad set of contradictions that confronts humanity under capitalism: the permanent search to satisfy needs is mediated by the purchase and sale of goods, submitting the possibilities for human realization to the demands of the market and its voracious appetite.

In this sense, facing the universe of human needs, capitalism operates a dual process. On one hand it stimulates the development of the productive forces to produce “multiple and rich” needs. On the other, it limits them, provoking the impoverishment of people, and thus transforming the desire to possess into a synthesis of and a principal expression of wealth, the primary aspiration of humanity. To the degree that production constitutes the objective of man and wealth the objective of production (MARX, 1985), wealth itself is manifest in the form of things or objects, the result of a relationship external to the individuals who produce them¹⁰.

For this reason, contradictorily, at the same time in which capitalism promotes the exponential increase of social wealth, it makes the individual more poor by repeatedly alienating the human capacity for production of his or her needs, reifying them. Analyzing the impoverishment of human needs and capacities under capitalism, Heller (1986, p. 65) indicated two intrinsic processes: “reduction and “homogenization,” which affect all social classes, although unequally. The author affirms:

The need to ‘have’ is that to which all needs are reduced and which makes them homogenous. For the dominant classes, this having is an effective possession, it consists in the need directed to private property and money, to an increasingly greater degree. The workers’ need to ‘have’, to the contrary, affects his mere survival: to live to be able to maintain oneself. [...] Workers should only have enough to want to live and should only want to live to have [...]. The worker should deprive himself of all needs to be able to satisfy just one, to remain alive¹¹.

Para as classes dominantes esse ter é possessão efetiva, consiste na necessidade dirigida à propriedade privada e de dinheiro, em medida cada vez maior. A necessidade de ‘ter’ do trabalhador, pelo contrário, afeta a sua mera sobrevivência: vive para poder manter-se, [...] O obreiro só deve ter o suficiente para querer viver e só deve querer viver para ter [...]. O trabalhador deve privar-se de toda a necessidade para poder satisfazer uma só, manter-se em vida¹¹.

O percurso analítico que vimos empreendendo trata de apontar que os fundamentos do consumismo e seus efeitos gravosos encontram-se na propriedade privada dos meios de produção, na natureza mesma da acumulação capitalista. Os “impulsos consumistas” que tão sorrateiramente assaltam o espírito humano no tempo presente expressam, a exacerbão de uma tendência estruturante do mundo burguês.

Ao analisar a expansão do consumo no capitalismo tardio, Mandel (1985) agrega outras variáveis. Para o autor, as causas deste fenômeno não residem apenas na intensificação do trabalho – o que demanda um nível mais elevado de consumo de alimentos e de produtos de primeira necessidade – como também na expansão das metrópoles, razão pela qual tem sido exigido maior tempo para que o trabalhador se desloque entre a casa e o trabalho. Abre-se, então, espaço para que uma infinidade de bens de consumo que pouparam tempo – a exemplo de automóveis e eletrodomésticos – transforme-se em condição necessária à reprodução da força de trabalho¹².

Por outro lado, é cada vez mais evidente que o capitalismo fomenta “apetites artificiais” com a função precípua de criar novos mercados e com isso assegurar a realização do valor. Este movimento tem conduzido a sucessivas críticas acerca dos padrões de consumo dos países centrais e a preocupações quanto à sua disseminação aos países periféricos. A intensificação do consumo, especialmente nos chamados “emergentes”, impõe maiores pressões sobre os recursos naturais do planeta. Fato que se agrava se considerarmos que as estratégias de desenvolvimento levadas a efeito por estes países pouco ou nada têm considerado a saúde dos ecossistemas, impactando a vida tanto no campo quanto nas cidades. Observe-se que os custos da dilapidação ambiental têm recaído, de forma mais intensa, sobre a população mais pobre, evidenciando mediações de classe no usufruto dos recursos naturais.

Para enfrentar esta realidade os ideólogos do “consumo consciente” entendem que os “países em desenvolvimento” devem:

Procurar atingir padrões sustentáveis de consumo, garantindo o atendimento das necessidades básicas dos pobres e, ao mesmo tempo, evitando

Our analytical route indicates that the foundations of consumerism and its very grave effects are found in the private ownership of the means of production, that is, in the very nature of capitalist accumulation. The “consumerist impulses” that so surreptitiously assault the human spirit today express the exacerbation of a structural trend of the bourgeois world.

Upon analyzing the expansion of consumption under late capitalism, Mandel (1985) added other variables. He affirmed that the causes of this phenomenon are not limited to the intensification of work – which requires a higher level of consumption of foods and products of primary need – as well as in the expansion of metropolitan regions, for which reason more time was needed for a worker to travel from home to work. Space thus opened for an infinity of consumption goods that save time – such as automobiles and electronic appliances – which became necessary for the reproduction of the labor force.¹²

On the other hand, it is increasingly evident that capitalism supports “artificial appetites” with the essential function of creating new markets and assuring the realization of value. This movement has led to successive criticisms about the standard of consumption in central countries and concern about their dissemination in the peripheral countries. The intensification of consumption, especially in the so-called “emergent” countries, imposes greater pressure on the planet’s natural resources. This is aggravated by the fact that these countries’ development strategies have barely or not at all considered the health of ecosystems, impacting life in both rural areas and cities. Note that the costs of environmental degradation have more intensely affected the poorest populations, revealing class mediations in the use of natural resources.

To confront this reality, the ideologues of “conscious consumption” understand that the “developing countries” must:

Seek to achieve sustainable standards of consumption, guaranteeing meeting the basic needs of the poor, and simultaneously avoid unsustainable standards, especially in the industrialized countries, generally considered particularly noxious to the environment, ineffective and wasteful. This requires an “effort at technological support” and other forms of assistance by the part of the industrialized countries (AGENDA 21 GLOBAL, 1992, cap. 5, p. 2)¹³.

A question is raised: is the absence of technology due to intensified waste? To the contrary: the current phase of capitalism, of unfathomable scientific and technological progress, is a time of greater waste for humanity. Far from expressing random activity, in fact,

padrões insustentáveis, especialmente os dos países industrializados, geralmente considerados especialmente nocivos ao meio ambiente, ineficazes e dispendiosos. Isso exige um ‘reforço do apoio tecnológico’ e de outras formas de assistência por parte dos países industrializados (AGENDA 21 GLOBAL, 1992, cap. 5, p. 2)¹³.

Uma indagação se coloca: deve-se à ausência de tecnologia a reiterada perdularidade? Bem ao contrário: a atual fase do capitalismo, de incomensurável progresso científico e tecnológico, revela-se um tempo histórico de maior desperdício para a humanidade. Longe de expressar uma aleatoriedade, de fato, a ciência e as tecnologias são usadas com o objetivo de impulsionar a obsolescência programada de mercadorias e assegurar a lucratividade em menor escala temporal.

Por outro lado, o consumismo, longe de constituir uma tendência de natureza puramente econômica – relacionada às necessidades de valorização do capital – vem assumindo, cada vez mais, um caráter de formação de cultura, a qual invoca o mercado como reino de realização das aspirações humanas. Isso produz impactos significativos, principalmente para os trabalhadores, já que a busca de ter e comprar mais exige um maior tempo de trabalho para atingir um modo de vida inatingível.

Em um contexto de fragilidade dos sindicatos e das utopias, como derivação dos processos de reestruturação produtiva em nível mundial, o conformismo irmanase à precarização do trabalho num movimento de converter em naturais, portanto inexoráveis, as necessidades de autorreprodução do capital, confinando o horizonte do gênero humano ao ato de consumir.

O consumo torna-se, assim, num complexo processo pelo qual as corporações têm regulado os comportamentos dos indivíduos [...]. Hoje, essa regulação privada que é crescentemente corporativa no Brasil e no mundo, tem interferido nas relações sociais de modo a condicioná-las para as estratégias do consumo (ANTAS JR., 2007, p. 101).

Mais uma vez é o *Relatório Estado do Mundo* que revela:

O elemento mais intenso de estímulo a essa mudança cultural foram, ao que parece, os interesses comerciais. Em diversas frentes, os negócios encontraram caminhos para induzir mais pessoas a consumir. O crédito, por exemplo, foi flexibilizado com pagamento em prestações, e o cartão de crédito foi bastante estimulado nos Estados Unidos, o que acarretou um aumento de quase 11 vezes do crédito do consumidor entre 1945 e 1960 [...]. E os

science and technologies are used to stimulate the programmed obsolescence of goods and to assure profitability on a shorter time scale.

On the other hand, consumption, far from constituting a purely economic trend – related to the needs of increasing the value of capital – has increasingly assumed a cultural character, invoking the market as the kingdom for the realization of human aspirations. This produces significant impacts, mainly for workers, given that the quest to have and purchase more demands greater labor time to achieve an unachievable way of life.

In a context of fragile unions and utopias, the result of processes of productive restructuration on a global level, conformism combines with the increased precariousness of labor in a movement to convert into natural, and therefore inexorable, the needs for the self-reproduction of capital, confining the horizon of humanity to the act of to consume.

Consumption becomes like this in a complex process by which corporations have regulated the behavior of individuals [...]. Today, this private regulation which is increasingly corporate in Brazil and in the world, has interfered in social relations in such a way as to condition them for consumption strategies (ANTAS JR., 2007, p. 101).

Once again the *State of the World Report* reveals:

The most intense element of the stimulus to this cultural change were, it appears, commercial interests. On various fronts, businesses find routes to induce more people to consume. Credit, for example, was made flexible with payment in installments, and credit cards were widely stimulated in the United States, which led to a near 11 times increase in consumer credit from 1945-1960 [...]. Workers came to be encouraged to accept increased pay instead of more free time, to thus increase their income (INSTITUTO AKATU, 2010, p. 11).

It is clear, today, that the current political ideology that encourages “conscious consumption” formulates a criticism of consumerism that identifies commercial interests as stimulants of the environmental problems, but without confronting them: the criticism does not reach the bases of programmed obsolescence and its immanent determinations.

In addition, the conversion of this situation into a strictly moral norm has proven to be insufficient as a strategy to confront waste, given that the choice of what effectively constitutes satisfying the basic need for luxury or the realization of wealth is a purely individual definition. In this sense, the criticism of consumerism and waste “can only mean rejection of all forms of consumption and production that conti-

trabalhadores passaram a ser incentivados a aceitar aumento de remuneração em vez de privilegiar mais tempo livre, para assim elevar sua renda (INSTITUTO AKATU, 2010, p. 11).

Evidencia-se, nestes termos, que as correntes ideopolíticas, que propalam o “consumo consciente”, formulam a crítica do consumismo indicando os interesses comerciais como propulsores, mas sem confrontá-los: a referida crítica não atinge as bases da obsolescência programada e suas determinações imanentes.

Por outra via, a conversão desta problemática em uma norma estritamente moral tem-se demonstrado insuficiente como estratégia de enfrentamento do desperdício, posto que a escolha do que efetivamente constitui satisfação de necessidade básica ou realização de um luxo é definição puramente individual. Neste sentido, a crítica ao consumismo e ao desperdício “só pode significar rejeição de todas as formas de consumo e de produção que continuem restringindo o desenvolvimento do homem, tornando-o mesquinho e unilateral” (MANDEL, 1985, p. 277).

Este trabalho toma por suporte que a questão do desperdício – e, portanto, dos padrões de consumo racionais – só pode ter real enfrentamento pela via da ruptura com o mundo mercantil que poderá levar as condições históricas possíveis à superação efetiva da ética individualista, competitiva, que o capital incentiva e de que se alimenta. De modo articulado, postula-se uma reflexão ética¹⁴, invocando a existência de um “sistema de necessidades” democraticamente constituído e radicalmente subordinado aos ditames da reprodução universal do gênero humano.

Retomando Mandel (1985, p. 277, grifo do autor):

É preciso lembrar que o homem, enquanto ser material com necessidades materiais, não pode atingir a plena expressão de uma ‘individualidade rica’ por meio do ascetismo, da autopunição e da autolimitação artificial, mas somente pelo desenvolvimento racional de seu consumo conscientemente controlado e conscientemente subordinado a seus interesses coletivos.

Assim sendo, o consumo, bem como o significado que assume como ato social, encontra-se mediado social, cultural e economicamente. A consciência dessas determinações constitui condição fundante

nue to restrict human development, making it petty and unilateral” (MANDEL, 1985, p. 277).

This study is based on the presumption that the problem of waste – and therefore of rational consumption standards – can only truly be confronted through a complete break with the capitalist world that could create the historic conditions needed to effectively overcome the individualist, competitive ethic, which capital encourages and upon which it is fed. It is based on an ethical reflection¹⁴, invoking the existence of a “system of needs” that are democratically constituted and radically subordinated to the dictates of the universal reproduction of humanity.

As Mandel affirmed (1985, p. 277, emphasis by the author):

It must be remembered that man, as a material being with material needs, cannot achieve complete expression of a “rich individuality” by means of asceticism, self-punishment and artifical self-limitation, but only through the rational development of his consciously controlled consumption and which is consciously subordinated to his collective interests.

**... não é possível uma inversão
cultural que supere a alienação
do nosso tempo – a qual tem no
consumismo uma de suas mais
significativas expressões – sem
que se promova a quebra do
edifício do capital e de sua
lógica produtivista e
geneticamente anárquica.**

lasting products are placed in the market, which have greater technological efficiency in the use of natural and energy resources.

In these terms, the actions of consumer movements and organizations to demand changes in the productive processes, transparency of information about products, greater public regulation of the relationship between the consumer and producer, among others, are necessary and urgent, even if they are tangential and or provisory. What we are emphasizing, therefore, is the thesis that these changes do not affect the wasteful and destructive essence of the relations of purchase and sale of goods; and therefore do not establish the conditions for the transformation of consumption into a conscious act.

para a sociedade do nosso tempo, bem como para que se tensionem as reais causas de sua expansão indefinida. Para tanto se faz mister a exigência de mudanças nos processos de produção, a fim de que sejam colocados no mercado produtos mais duradouros, com maior eficiência tecnológica no uso dos recursos naturais e energéticos.

Nestes termos, a ação dos movimentos e das organizações de consumidores no sentido de exigirem mudanças nos processos produtivos, transparência nas informações sobre os produtos, maior regulação pública da relação entre consumidor e produtor, dentre outras, são necessárias e urgentes, ainda que tangenciais e/ou provisórias. O que estamos a destacar, porém, é a tese de que tais mudanças não afetam a essência perdulária e destrutiva das relações de compra e venda de mercadorias; não legam, portanto, as condições para a transformação do consumo em ato consciente.

Conclusões

Conforme se evidencia ao longo do texto, o combate ao desperdício encontra-se “focalizado no consumo”, que é, em última instância, uma mudança de cultura”. Trata-se de investir nas inversões comportamentais, na promoção de um novo padrão de consumo que privilegie as transações mercantis de produtos não poluentes e duradouros. Esta proposição, ao mesmo tempo em que obscurece as razões da obsolescência programada – e a sua capacidade material e simbólica de induzir ao consumo crescente – culpabiliza o consumidor, sendo que a este não pertence o poder decisório sobre o que circula no mercado; tampouco o consumidor dispõe do poder de eliminar a tendência crescentemente perdulária do sistema.

Isto posto, não se trata de negar a importância do consumidor ter consciência crítica, tanto no que diz respeito às suas reais necessidades, quanto à natureza (origem, componentes, impactos etc.) dos produtos que adquire. Ressaltamos, no entanto, que as determinações históricas da produção do valor subtraem do indivíduo as possibilidades de ser efetivamente livre em suas escolhas, ainda que estas sejam de natureza essencialmente mercantil.

Decerto que mudanças culturais se fazem necessárias¹⁵ mas, conforme já afirmado, não é possível uma inversão cultural que supere a alienação do nosso tempo – a qual tem no consumismo uma de suas mais significativas expressões – sem que se promova a quebra do edifício do capital e de sua lógica produtivista e geneticamente anárquica. As proposições que apartam a cultura do conjunto das determinações econômicas e políticas acabam por incorrer em ilusões, conferindo ao indivíduo uma condição que, de fato, não lhe é possível alçar.

Conclusions

As was presented throughout the article, the fight against waste is “focused on consumption, which is, in the final analysis, a cultural change”. This involves investing in behavioral inversions, in the promotion of a new standard of consumption that emphasizes commercial transactions of non-polluting and long-lasting products. This proposal, while it obscures the reasons for programmed obsolescence – and its material and symbolic capacity to induce increased consumption – blames the consumer, who does not have power over what circulates in the market; or the power to eliminate the growing trends towards waste in the system.

This is not to deny the importance that consumers have a critical awareness of both their real needs and those of the nature of the products that they purchase (origin, components, impacts etc.). We emphasize, however, that the historic determinations of the production of value deny the individual the opportunity to be effectively free in his or her choices, even if they are of an essentially commercial nature.

It is true that cultural changes are necessary¹⁵ but, as already argued, a cultural inversion cannot overcome the alienation of our time – which has, in consumerism, one of its most significant expressions – if it does not promote a break in the structure of capital and its productive and genetically anarchic logic. Propositions that alienate culture from economic and political determinations establish illusions, conferring to the individual a condition, which in fact he or she does not have the ability to achieve.

This fetish is clearly expressed in the words of Assadourian (INSTITUTO AKATU, 2010, p. 3):

To prevent the collapse of human civilization nothing less is necessary than a generalized transformation of the dominant cultural standards. This transformation would reject consumerism – the cultural orientation that leads people to find meaning, satisfaction and recognition through that which we consume – which would then be considered as a taboo, and would create in its place a new cultural framework focused on sustainability. In the process would rise a reformulated understanding of the meaning of “natural”: it would mean individual and social choices that cause minimum ecological damage, or better still, which would return the health of the Earth’s ecological systems.

The proposals for changes in the current standards, through so-called “conscious consumption,” relate to the individual sphere of the issue, hiding the fact that the means of production, and therefore, the conditions for appropriation of nature, are concentrated in the

Este fetiche encontra-se claramente expresso nas palavras de Assadourian (INSTITUTO AKATU, 2010, p. 3):

Para prevenir o colapso da civilização humana é necessário nada menos do que uma transformação generalizada de padrões culturais dominantes. Essa transformação rejeitaria o consumismo – a orientação cultural que leva as pessoas a encontrar significado, satisfação e reconhecimento através daquilo que consomem – que seria então tido como um tabu, e criaria em seu lugar um novo arcabouço cultural centrado na sustentabilidade. No processo, surgiria um entendimento reformulado do significado de ‘natural’: significaria escolhas individuais e da sociedade que causassem dano ecológico mínimo ou, melhor ainda, que devolvessem a saúde aos sistemas ecológicos da Terra.

As propostas de mudanças nos padrões atuais, através do chamado “consumo consciente”, remetem ao orbe individual esta problemática, esmaecendo o fato de que os meios de produção e, portanto, as condições de apropriação da natureza, estão concentrados em mãos da burguesia que define “o que, quanto, como” produzir, “com que” energia e como será o transporte de sua produção. Chama-nos a atenção, neste caso, a falta de questionamento às bases da descartabilidade e da produção de “inutilidades”, causas estas intrinsecamente relacionadas à expansão capitalista, à necessidade de realização do valor e à redução do tempo de rotação do capital.

Desfazem-se, por conseguinte, as ilusões do ecocapitalismo. Estas derivam de sua essência mesma: a tentativa de compatibilizar acumulação privada e preservação da natureza tem afirmado seu caráter de verdadeira ideologia, ao tempo em que demonstra sua incapacidade de enfrentar a destrutividade ambiental e o consumismo como uma de suas expressões mais evidentes.

Referências [References]

ANTAS JR., R. M. O consumo contemporâneo no território brasileiro. In: ANTAS JR., R. M. et al. (Org.). *Desafios do consumo*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007, p. 91-102.

BARREIRA, F. *O impasse ecológico e o terrorismo do capital*. Rio de Janeiro: Litteris, 2004.

BARROCO, M. L. S. *Ética e Serviço Social: fundamentos ontológicos*. São Paulo: Cortez, 2001.

CNI-Confederação Nacional da Indústria. *Declaração de Princípios da Indústria para o Desenvolvimento Sustentável*. Vitória, 2002.

hands of the bourgeoisie which defines “what, how much and how” to produce “with what” energy and how the production will be transported. We call attention, in this case, to the lack of questioning of the bases of discardability and or the production of “useless objects,” causes that are intrinsically related to capitalist expansion, to the need to realize value and reduce the time of rotation of capital.

The illusions of eco-capitalism thus crumble. They derive from its very essence: the attempt to make private accumulation compatible with the preservation of nature has affirmed its character as true ideology, while demonstrating its inability to confront environmental destruction and consumerism as one of its more evident expressions.

Notes

- 1 Anonymous text. Available at: <<http://ambiente.hsw.uol.com.br>>. Accessed on: July 17, 2011.
- 2 According to Mészáros (2004, p. 65), “ideology is not an illusion or a religious superstition of poorly guided individuals, but a specific form of social awareness, which is materially anchored and sustained in the society of classes.”
- 3 The *State of the World Report* is an annual publication of the Worldwatch Institute (WWI), which has been published for 28 consecutive years in nearly 30 languages and is published in Portuguese in Brazil since 1999 by the Universidade Livre da Mata Atlântica (UMA), the representative of WWI in Brazil. It was published in Brazil, in 2010, through a partnership between the Instituto Akatu and UMA.
- 4 The environmental question is understood as the various manifestations of the destruction of nature – whose roots are found in the development of bourgeois property relations – and their sociopolitical consequences, for which the action of environmentalist movements had key importance (SILVA, 2010, p. 82-83).
- 5 The UN conducted a study from 2001 to 2005 involving 1,350 scientists from 95 countries about the health of global ecosystems and their relationship with the maintenance of human life. The report called *Living Beyond Our Means* points to a rapid decline in the capacity of global ecosystems and warns of possibilities for future collapse in the planet’s capacity to supply the natural resources needed to satisfy the needs of future generations. It is estimated that if consumption and production standards are maintained at current levels, in less than 50 years two planet Earths will be needed to meet the needs for water, energy and food. Available at: <http://www.biodiversidade.rs.gov.br/arquivos/1161804167A_Avaliacao_Ecossistemica_do_Milenio.pdf>. Accessed on: Oct. 15, 2011.

DOWBOR, L. Consumo inteligente. In: ANTAS JR., R. M. (Org.). *Desafios do consumo*. Petrópolis: Vozes, 2007.

FONTENELLE, I. A. Consumo, fetichismo e cultura descartável. In: ANTAS JR., R. M. (Org.). *Desafios do consumo*. Petrópolis: Vozes, 2007, p. 141-152.

HELLER, A. *Teoría de las necesidades em Marx*. Barcelona: Ediciones 62, 1986.

INSTITUTO AKATU. *Relatório Estado do Mundo, 2010*: estado do consumo e o consumo sustentável. Introdução de Muhammad Yunus. Organização de Erik Assadourian. Tradução de Claudia Strauch. Salvador: UMA Ed., 2010

KEMPF, H. *Como os ricos destroem o planeta*. Tradução de Bernardo Ajzenberg. São Paulo: Globo, 2010.

MANDEL, E. *O capitalismo tardio*. Tradução de Carlos Matos et al. São Paulo: Abril Cultural, 1985. (Coleção Os Economistas).

MARX, K. *Formações econômicas pré-capitalistas*. Tradução de João Maia. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

_____. *Grundrisse*. Tradução para o espanhol de Wenceslao Roces. México: Fondo de Cultura Económica, 1985.

MÉSZÁROS, I. *Para além do capital*. Tradução de Paulo Cézar Castanheira e Sérgio Lessa. São Paulo: Boitempo; Ed. da Unicamp, 2002.

_____. *O poder da ideologia*. Tradução de Paulo Cezar Costa. São Paulo: Boitempo, 2004.

SILVA, M. G. *Questão ambiental e desenvolvimento sustentável: um desafio ético-político ao Serviço Social*. São Paulo: Cortez, 2010.

Notas

1 Texto sem autoria expressa. Disponível em: <<http://ambiente.hsw.uol.com.br>>. Acesso em: 17 jul. 2011.

2 Segundo Mészáros (2004, p. 65), “a ideologia não é uma ilusão nem superstição religiosa de indivíduos mal-orientados, mas uma forma específica de consciência social, materialmente ancorada e sustentada na sociedade de classes.”

3 O *Relatório Estado do Mundo* é uma publicação anual do WWI-Worldwatch Institute, editado há 28 anos consecutivos em cerca de 30 idiomas e publicado em língua portuguesa no Brasil desde 1999 pela Universidade Livre da Mata Atlântica (UMA), representante do WWI no Brasil. Foi publicado no Brasil, em 2010, através de uma parceria entre o Instituto Akatu e a UMA.

4 “Questão ambiental”, sendo esta entendida como o conjunto das manifestações da destrutividade da natureza – cujas raízes

6 A clear example of this trend was an ad presented in 2011 by a bank that said it was elected (without indicating by whom) the most sustainable in the world.

7 Anonymous text. Available at: <<http://www.inwent.org.br>>. Accessed on: July 30, 2011.

8 Prepared from 1997 to 2002, implemented in 2003. Available at: <<http://www.mma.gov.br>>. Accessed on: Oct. 2, 2011.

9 Declaração de Princípios da Indústria para o Desenvolvimento Sustentável [Declaration of the Principles of Industry for Sustainable Development] (CNI, 2002).

10 “In reality, when stripped of its narrow bourgeois form, what is wealth if not the totality of the needs, capacities, pleasures, potential, producers, etc., of individuals, acquired in universal exchange? What is it if not the complete development of the human command over natural forces – both over their own as well as so-called nature? What is it if not the expression of their creative potential? [...] What is it if not a creation in which man does not reproduce himself in a determined, limited manner, but produces his own totality disengaging from the past and integrating to the absolute movement of becoming?” (MARX, 1977, p. 80).

11 Translated from Spanish to Portuguese by the author.

12 The author emphasizes that this mainly occurs in places or regions in which mass transportation is ineffective. This logic evidently has a price: the saturation of public thoroughfares and the increased pollution of large cities are in this sense emblematic.

13 Available at: <www.mma.gov.br>. Accessed on: Oct. 3, 2011.

14 “The ethical reflection supposes the suspension of everydayness; its objective is not to respond to immediate needs, but to systematize a criticism of daily life, a presumption for its organization beyond the needs aimed exclusively at the ‘self’, expanding the possibilities for individuals to realize themselves as free and conscious individuals” (BARROCO, 2001, p. 55, emphasis by the author).

15 Culture here is understood in the Gramscian sense, as a part of the processes of construction of hegemony and refers to the ways of living, thinking and acting of a given society, of social classes and segments of classes.

encontram-se no desenvolvimento das relações burguesas de propriedade – e seus desdobramentos sociopolíticos, para os quais a ação dos movimentos ambientalistas teve importância fulcral (SILVA, 2010, p. 82-83).

- 5 A ONU realizou entre os anos 2001 a 2005 estudo envolvendo 1.350 cientistas de 95 países acerca da saúde dos ecossistemas globais e de sua relação com a manutenção da vida humana. O relatório *Vivendo além dos nossos meios* aponta um rápido declínio da capacidade dos ecossistemas globais e alerta para as possibilidades de colapso futuro na capacidade do planeta de fornecer recursos naturais necessários à satisfação das necessidades das gerações futuras. Estima-se que se os padrões de consumo e produção se mantiverem no atual patamar, em menos de 50 anos serão necessários dois planetas Terra para atender nossas necessidades de água, energia e alimentos. Disponível em: <http://www.biodiversidade.rs.gov.br/arquivos/1161804167A_Avaliacao_Ecossistemica do Milenio.pdf>. Acesso em: 15 out. 2011.
- 6 Um exemplo claro dessa tendência foi a propaganda veiculada no ano 2011 por um banco que diz ter sido eleito (por quem não revela) o mais sustentável do mundo.
- 7 Texto sem autoria expressa. Disponível em: <<http://www.inwent.org.br>>. Acesso em: 30 jul. 2011.
- 8 Elaborada entre 1997 e 2002, implementada em 2003. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br>>. Acesso em: 2 out. 2011.
- 9 Declaração de Princípios da Indústria para o Desenvolvimento Sustentável (CNI, 2002).
- 10 “Na verdade, quando despida de sua estreita forma burguesa, o que é ariqueza senão a totalidade das necessidades, capacidades, prazeres, potencialidades produtoras etc., dos indivíduos, adquirida no intercâmbio universal? Que é senão o desenvolvimento pleno do domínio humano sobre as forças naturais – tanto sobre as suas próprias quanto as da chamada natureza? Que é senão a expressão de suas potencialidades criadoras? [...] Que é senão uma criação na qual o homem não se reproduz a si mesmo de uma forma determinada, limitada, mas sim produz sua própria totalidade se desvincilhando do passado e se integrando no movimento absoluto do tornar-se?” (MARX, 1977, p. 80).
- 11 Tradução nossa.
- 12 Ressalta o autor que isto ocorre principalmente em lugares ou regiões em que o sistema de transporte coletivo é ineficiente. Evidentemente esta lógica tem cobrado o seu preço: a saturação das vias públicas e o aumento da poluição nas grandes cidades são emblemáticos neste sentido.
- 13 Disponível em: <www.mma.gov.br>. Acesso em: 3 out. 2011.
- 14 “A reflexão ética supõe a suspensão da cotidianidade; não tem por objetivo responder às necessidades imediatas, mas sistematizar a crítica da vida cotidiana, pressuposto para uma organização da

Maria das Graças e Silva

graca_pe@yahoo.com.br

PhD in Social Work from Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)
Adjunct Professor in the Departament of Social Work at UFPE

Nailsa Maria Souza Araújo

nayaraajo5@yahoo.com.br

PhD in Social Work from the Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)
Adjunct Professor in the Departament of Social Work at the Universidade Federal de Sergipe (UFS)

Josiane Soares Santos

josisoares@hotmail.com

PhD in Social Work from the Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)
Adjunct Professor in the Departament of Social Work at the Universidade Federal de Sergipe (UFS)

mesma para além das necessidades voltadas exclusivamente ao ‘eu’, ampliando as possibilidades dos indivíduos se realizarem como individualidades livres e conscientes” (BARROCO, 2001, p. 55, grifo do autor).

- 15 Cultura aqui é entendida no sentido gramsciano, como parte dos processos de construção de hegemonia e se refere aos modos de viver, pensar e agir de uma dada sociedade, das classes sociais e segmentos de classes.

Maria das Graças e Silva

graca_pe@yahoo.com.br

Doutora em Serviço Social pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

Professora Adjunta do Departamento de Serviço Social da UFPE

Nailsa Maria Souza Araújo

nayaraajo5@yahoo.com.br

Doutora em Serviço Social pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

Professora Adjunta do Departamento de Serviço Social da Universidade Federal de Sergipe (UFS)

Josiane Soares Santos

josisoares@hotmail.com

Doutora em Serviço Social pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

Professora Adjunta do Departamento de Serviço Social da Universidade Federal de Sergipe (UFS)

UFPE

Centro de Ciências Sociais Aplicadas

[Center for Applied Social Sciences]

Av. dos Economistas, s/n

Cidade Universitária

Recife – Pernambuco

CEP: 50670-901

UFS

Centro de Ciências Sociais Aplicadas

[Center for Applied Social Sciences]

Cidade Universitária Prof. José Aloísio de Campos

Av. Marechal Rondon, s/n

Jardim Rosa Elze

São Cristóvão – Sergipe

CEP: 49100-000