

VITOR OGIBOSKI

# A SOCIEDADE DO CONSUMO

o jogo que transforma o supérfluo em necessidade



# Caros alunos

Esse ebook é um pdf interativo. Para conseguir acessar todos os seus recursos, é recomendada a utilização do programa *Adobe Reader 11*.

Caso não tenha o programa instalado em seu computador, segue o link para download:

<http://get.adobe.com/br/reader/>

Para conseguir acessar os outros materiais como vídeos e sites, é necessário também a conexão com a internet.

O menu interativo leva-os aos diversos capítulos desse ebook, enquanto a barra superior ou inferior pode lhe redirecionar ao índice ou às páginas anteriores e posteriores.

Nesse pdf, o professor da disciplina, através de textos próprios ou de outros autores, tece comentários, disponibiliza links, vídeos e outros materiais que complementarão o seu estudo.

Para acessar esse material e utilizar o arquivo de maneira completa, explore seus elementos, clicando em botões como flechas, linhas, caixas de texto, círculos, palavras em destaque e descubra, através dessa interação, que o conhecimento está disponível nas mais diversas ferramentas.

**Boa leitura!**

# ÍNDICE

---



# A PRE SEN TA ÇÃO

Caro cursista,

Este *e-book* foi preparado como material complementar àquele da nossa apostila. Portanto, procurei reunir uma série de textos, imagens e vídeos com conteúdos que vão fazer um diálogo com um dos assuntos que acredito ser um dos mais importantes da nossa geração: a sociedade do consumo. Escolhi esse tema, pois me parece claro que somos educados, escolarizados e temos uma profissão para atender a uma expectativa imperativa na sociedade moderna: consumir. É importante que nossos alunos do ensino médio também compreendam essa dinâmica da sociedade por meio de um olhar crítico.

Para a primeira parte, escolhi fazer referência a um clássico texto do filósofo Immanuel Kant, que reflete sobre o desenvolvimento da capacidade de pensar e agir por si mesmo, um texto escrito no século XIX, mas extremamente atual nas suas ideias. Para a segunda parte, decidi dar sequência a essa reflexão partindo do pressuposto de que, na moderna sociedade do consumo, os indivíduos praticamente não têm escolha, precisam consumir para sobreviver e para obter aceitação dos grupos sociais. Na terceira e última parte, trago um texto que reflete sobre a possibilidade de uma vida menos dependente do mercado, é a onda do *lowsumer*, um movimento que prega o consumo mínimo e consciente.

Espero que goste dos materiais que selecionei para este *e-book* e que ele possa inspirá-lo. Bons estudos!



## Você é capaz de pensar e decidir por si mesmo?

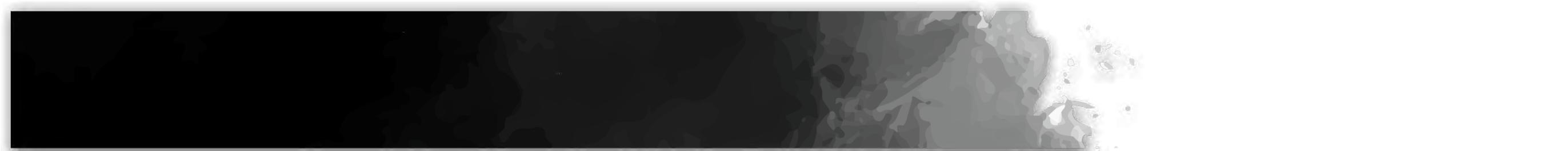
---

### O conceito de “Esclarecimento” segundo Kant

Immanuel Kant escreve um artigo tentando responder à pergunta “O que é esclarecimento?” Segundo Kant, esclarecimento é a saída do homem de sua menoridade. Menoridade esta que é a incapacidade de fazer uso de seu entendimento sem a direção de outro indivíduo. E o culpado dessa menoridade é o próprio indivíduo.

O homem é o próprio culpado dessa menoridade se a causa dela não se encontra na falta de entendimento, mas na falta de decisão e coragem de servir-se de si mesmo sem a direção de outrem. *Sapere aude!* Tem coragem de fazer uso de teu próprio entendimento, tal é o lema do esclarecimento (KANT, 2005. p. 63-64).

Kant afirma que todo indivíduo vive uma situação de menoridade em algum momento ou fase de sua vida, isso pode acontecer tanto por comodismo como por oportunismo, medo ou preguiça. Mas o que não pode acontecer é o indivíduo permanecer na menoridade a vida toda, renunciando esse processo a si e aos outros.



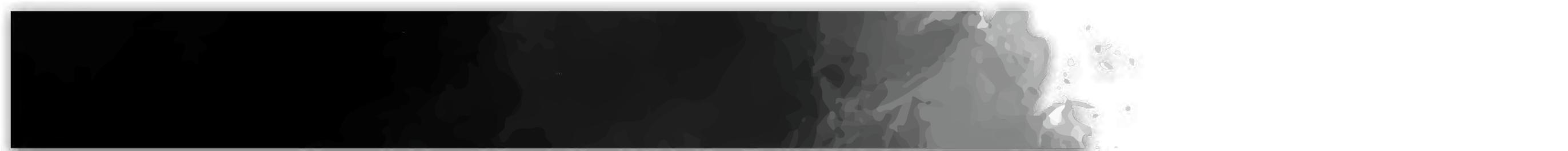
Nesse caso, a menoridade é natural, pois se confunde com imaturidade, já que nenhuma pessoa nasce pronta. No entanto, Kant questiona aquelas autoridades (principalmente religiosas) que, através do medo ou do constrangimento, mantêm seus sujeitos em menoridade quando já teriam condições intelectuais de não sê-lo, e ironiza aqueles sujeitos que vivem uma situação de menoridade autoimposta.

A preguiça e a covardia são as causas pelas quais uma tão grande parte dos homens, depois que a natureza de há muito os libertou de uma direção estranha, continuam, no entanto de bom grado menores durante toda a vida. São também as causas que explicam porque é tão fácil que os outros se constituam em tutores deles. É tão cômodo ser menor. [...] Não tenho necessidade de pensar, quando posso simplesmente pagar; outros se encarregarão em meu lugar dos negócios desagradáveis (KANT, 2005. p. 64).

Pode-se até pensar: “É cômodo ser menor!”. Alguns instrumentos servem de condição para uma perpétua menoridade. Um livro que possa pensar pelo indivíduo ou um pastor que age como se fosse a consciência dele são exemplos de como se pode continuar sendo “menor” e deixando de pensar por si próprio.

Para haver esclarecimento deve se ter liberdade, mas a sua limitação está por toda parte. Em várias situações se pode questionar, mas não se pode desobedecer, um grande exemplo disso é o pagamento do imposto: pode-se questionar esse pagamento, mas não se deve deixar de pagá-lo, pois acarretaria diversas consequências.

Para esse esclarecimento, porém, nada mais se exige senão liberdade. E a mais inofensiva entre tudo aquilo que se possa chamar liberdade, a saber: a de fazer um uso público de sua razão em todas as questões. Ouço, agora, porém, exclamar de todos os



lados: não raciocineis! O oficial diz: não raciocineis, mas exercitai-vos! O financista diz: não raciocineis, mas pagai! O sacerdote proclama: não raciocineis, mas crede. Eis aqui, por toda a parte a limitação da liberdade (KANT, 2005. p. 65).

Portanto, ser esclarecido é, antes de tudo, um compromisso moral com o aperfeiçoamento e bem-estar da sociedade, respeitando as hierarquias sociais existentes. No entanto, por medo, comodismo, oportunismo ou preguiça, poucos se tornam efetivamente esclarecidos, embora tenham condições intelectuais para tanto quando estão em uso privado da razão.

Ter esclarecimento não é apenas adquirir um profundo conhecimento sobre um assunto, mas combinar isso com a conquista da autonomia, passo moral fundamental apenas dado por uma minoria. Nesse sentido, todos potencialmente podem esclarecer-se, já que possuem capacidade de pensar.

Kant se fez a seguinte pergunta: “vivemos numa época esclarecida?” A resposta é direta e concreta:

[...] “Não, vivemos em uma época de esclarecimento”. Falta ainda muito para que os homens, nas condições atuais, tomados em conjunto, estejam já numa situação, ou possam ser colocados nela, na qual em matéria religiosa sejam capazes de fazer uso seguro e bom de seu próprio entendimento sem serem dirigidos por outrem. Somente temos claros indícios de que agora lhes foi aberto o campo no qual podem lançar-se livremente a trabalhar e tornarem progressivamente menores os obstáculos ao esclarecimento geral ou à saída deles, homens, de sua menoridade, da qual são culpados. Considerada sob esse aspecto, esta época é a época do esclarecimento [...] (KANT, 2005. p 70).



É claro que Kant responde a essa interrogação ainda no século XIX, mas se estivesse neste século, com toda certeza, responderia da mesma maneira. É notável que muitos já consigam fazer esse processo, mas ainda é difícil para a maioria deixar a menoridade e pensar por si próprio, como era o desejo de nosso filósofo moderno que, com este pensamento, influenciou grande número de pessoas no período chamado “iluminismo”.

*Texto de Henrique Pedrotti*

*Referência*

*KANT, Immanuel. Resposta a pergunta: Que é esclarecimento?  
Textos Seletos. Tradução Floriano de Sousa Fernandes. 3 ed.  
Editora Vozes: Petrópolis, RJ. 2005. Pg. 63-71.*

*Disponível aqui*

# A sociedade do Consumo: a escolha não é sua!

---

## O Capitalismo e a Sociedade de Consumo

Wide choice of clothes which is on the sale



Fonte: photl.com

A **sociedade de consumo** é um termo bastante utilizado para representar os avanços de produção do sistema capitalista, que se intensificaram ao longo do século XX, notadamente nos Estados Unidos e que, posteriormente, espalharam-se – e ainda vêm se espalhando – pelo mundo. Nesse sentido, o desenvolvimento econômico e social é pautado pelo aumento do consumo, que resulta em lucro ao comércio e às grandes empresas, gerando mais empregos, aumentando a renda, o que acarreta ainda mais consumo. Uma ruptura nesse modelo representaria uma crise, pois a renda diminuiria, o desemprego elevar-se-ia e o acesso a elementos básicos seria mais dificultado.

Uma das grandes críticas ao sistema capitalista é a emergência desse modelo. Suas raízes estão vinculadas ao processo de Revolução Industrial, mas foi a emergência do *American Way Of Life* (jeito americano de viver) em 1910, nos Estados Unidos, que intensificou essa problemática. A consequência foi uma crise de superprodução das fábricas, que ficaram com grandes estoques de produtos sem um mercado consumidor capaz de absorvê-los, gerando a **crise de 1929**. Na época, para combater os efeitos da crise, o governo desenvolveu formas de intervir na economia e provocar o seu aquecimento em um plano chamado **New Deal** (Novo Acordo).

*O cartaz expressa o American Way of Life, enquanto a população carece de recursos durante a crise*



*Fonte: Wikipedia*



Consequentemente, para que as fábricas continuassem produzindo em massa e os produtos difundissem-se, foram estabelecidos modelos de desenvolvimento pautados na melhoria de renda e no crédito facilitado com o objetivo de ampliar ainda mais o consumo. Com isso, a crise econômica do século XX teve fim, mas uma problemática ainda maior se estabeleceu, pois o consumo pelo consumo é uma maneira contraditória e ineficaz de manter o desenvolvimento das sociedades. Tal dinâmica não se modificou, mesmo com a retomada do modelo neoliberal a partir da década de 1970, em todo o mundo.

As críticas sobre a sociedade de consumo direcionam-se não apenas pela perspectiva econômica, mas também pelo viés ambiental. Afinal, um dos efeitos do consumismo é a ampliação da exploração dos recursos naturais para a geração de matérias-primas voltadas à fabricação de mais e mais mercadorias. Estimativas apontam que seriam necessários quatro planetas e meio para garantir os recursos naturais para a humanidade, caso todos os países mantivessem o mesmo nível de consumo dos EUA.

Com isso, há a devastação das florestas e o esgotamento até mesmo dos recursos renováveis, tais como a água própria para o consumo, as florestas e o solo. Além disso, os recursos não renováveis vão contando os dias para a escassez completa, tais como as reservas de petróleo e de diversos minérios utilizados para a fabricação dos mais diferentes produtos utilizados pela sociedade.

Um dos aspectos mais criticados no que se refere à sociedade de consumo é a *obsolescência programada* – ou obsolescência planejada –, que consiste na produção de

mercadorias previamente elaboradas para serem rapidamente descartadas, fazendo com que o consumidor compre um novo produto em breve. Assim, aumenta-se o consumo, mas também aumenta a demanda por recursos naturais e maximiza a produção de lixo, elevando ainda mais a problemática ambiental decorrente desse processo.



*A intensiva geração de lixo é um dos principais problemas da sociedade de consumo atual*

Com isso, além da adoção de políticas sociais de controle ao consumismo exagerado, é preciso encontrar meios econômicos alternativos ao desenvolvimento pautado no consumo. Não obstante, faz-se necessária também a promoção de políticas de reciclagem, além da reutilização ou reaproveitamento dos produtos não mais utilizados, contendo, assim, a geração de lixo e a demanda desenfreada por matérias-primas

*Texto de Rodolfo F. Alves Pena*

*Escute a música Imperativo da banda mineira Tianastácia.  
Ela ilustra muito bem o que acabamos de estudar.*

*Disponível aqui*



## **Economia colaborativa: agora sim, é com você!**

---

### **Economia sustentável e a ressignificação de sucesso**

O consumismo, como o entendemos hoje, começou a ser desenhado há mais de cem anos, no auge da Revolução Industrial. As pessoas que começaram esse movimento, os donos das primeiras indústrias e seus investidores, não deviam ter plena consciência da consequência dos hábitos que estavam estimulando. Afinal, naquela época o mundo não era habitado por 7 bilhões de pessoas, o que dava a entender que se vivia num imenso *playground* de recursos inesgotáveis. Mas hoje já sabemos que não é bem assim.

..... Segundo um diagnóstico do **Instituto Akatu** de agosto de 2013, se mantivermos estes padrões atuais de consumo, antes de 2050 vamos precisar de duas Terras para nos sustentar. Duas. A questão, nesse caso, é que não existe uma outra Terra disponível assim facilmente, que dê para chegar lá trocando a passagem por milhas. Portanto, me parece que faz mais sentido pensar em cuidar dessa que já está aqui à nossa volta.

É claro que empresas e instituições já se deram conta desse fato e, desde o começo dos anos 2000, práticas de sustentabilidade têm sido implementadas com crescente frequência por produtores de todo gênero. Sem dúvida essa é uma consciência importante, mas o que se tem visto, na maioria das vezes, são marcas que se aproveitam dessa onda somente para atrair mais compradores para os seus produtos, ou também, a existência de um discurso conflitante como o de algumas multinacionais que estampam um selo ECO por aqui, enquanto continuam poluindo um rio ou destruindo uma floresta acolá.

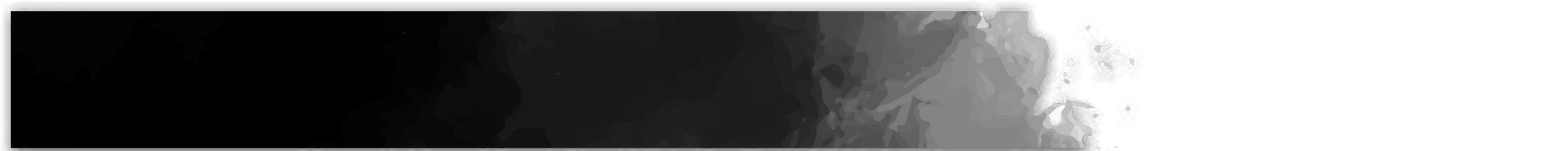


Fonte: Wikimedia/Wilson Dias/Agência Brasil

### **O sucesso não é mais o que era**

Acontece que, se antigamente uma curva de crescimento sempre ascendente parecia um pote de ouro no fim do arco-íris, ao alcance de todos, hoje esse cálculo não é mais plausível. Para que a humanidade continue sendo viável, vai ser preciso uma mudança geral de mentalidade, principalmente no que diz respeito ao que seria uma pessoa ou um negócio bem sucedido. Os critérios do que é “sucesso” mudaram.

Com a prática do lucro excessivo sendo cada vez mais questionada, e o acúmulo de bens pessoais deixando de ser um signo absoluto de vitória na vida, resta pensar quais serão os códigos que vão substituir esse modelo. E uma nova perspectiva ganha relevância nesse cenário: a economia sustentável.



Um exemplo coerente com esse tipo de pensamento vem de uma marca de roupas esportivas chamada Patagônia que, em pleno furor da *Black Friday* americana, lançou uma campanha de página inteira no New York Times intitulada “Don’t buy this jacket”, fazendo alusão à peça mais vendida da própria marca — que, a propósito, é feita para durar por mais de 10 anos, segundo o próprio fabricante. A mensagem por trás desse anúncio é simples, mas de uma ousadia contagiante: se você não tem necessidade de alguma coisa, não compre!

**Veja esse anúncio**

Assim como um dos questionamentos propostos pelo estudo *The Rise of Lowsumerism*, a mensagem implícita nesse anúncio é a de que não é porque está em oferta, ou alguém está anunciando descontos alucinantes, que você tem que comprar algo. Mesmo que a coisa em si seja barata, os custos de produção sempre são altos, e comprando qualquer coisa pelo simples impulso, estamos alimentando uma indústria que está estrangulando os poucos recursos que ainda existem. Portanto, a primeira coisa que um consumidor alinhado com uma nova consciência da realidade precisa se perguntar é: eu realmente preciso disso?

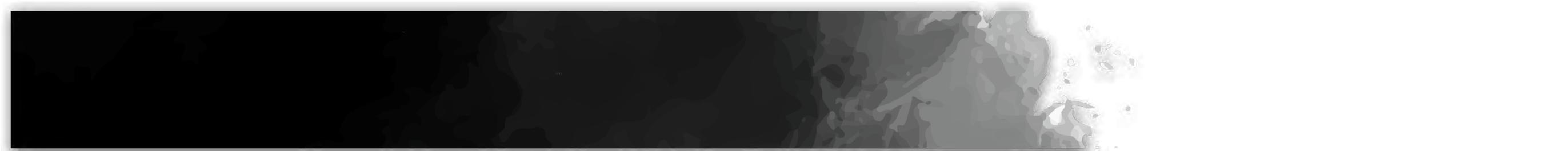
Outra alternativa interessante é a proposta financeira do Instituto Chão, que aposta na transparência para manter o seu negócio em dia. Associado a produtores cansados da exploração imposta pelos grandes revendedores, a proposta do espaço é repassar ao comprador somente os preços de produção de cada item, sem nenhum dividendo embutido na etiqueta. Num quadro negro em cima do caixa é possível ver as contas abertas do negócio, e você fica ciente de uma matemática bem clara: para cada R\$ 1,00



vendido ali, é preciso mais R\$ 0,35 centavos para manter a casa aberta. Daí fica a critério de cada um contribuir com o que pode, ou acha que deve, para ajudar a fechar as contas no fim do mês.

Em tempos de crítica ao consumismo, pode até parecer contraditório existir como uma marca, pois estaria na gênese de todo tipo de negócio incentivar o consumo. Porém, o que estes exemplos estão mostrando é que é possível ter uma perspectiva *lowsumer* para o ato de compra e venda e, ainda assim, manter o mercado ativo. Todo mundo precisa de dinheiro, essa é a moeda de sobrevivência no nosso modelo econômico, mas o que essas alternativas sugerem é que podemos evoluir a nossa maneira de ganhar e até aprender a gastar com mais inteligência e elegância. De um jeito sutil, mas poderoso, ao apoiar essas iniciativas, os *lowsumers* estão transgredindo a lógica de um sistema que não vem sendo muito gentil nem com as pessoas, nem com o planeta.

..... Um **vídeo recente da NASA** mostra como a poluição na Ásia, lugar que é considerado o epicentro do crescimento econômico nos últimos anos, vem alterando o clima na costa oeste dos Estados Unidos. Mais do que estabelecer uma diferença entre mocinhos e vilões (até porque os EUA são considerados um dos maiores poluentes do globo há mais de trinta anos), a imagem que aparece na animação revela uma verdade incontestável: somos um! Apesar das fronteiras culturais, econômicas e geográficas que nós inventamos, estamos unidos por ventos, correntes marítimas, aves migratórias e até pelas abelhas. Quando o gelo derreter na Antártida, a costa da Índia também será inundada.



Toda essa racionalidade, que nos fez construir satélites, desenvolver formas de energia mais limpas e criar novas maneiras de empreender no mercado e na vida, também pode nos ajudar a entender que ambição e ganância têm conotações diferentes; que é uma mentira acreditar que um hábito que eu escolho diz respeito apenas à fatura do meu cartão de crédito e não interfere na vida de mais ninguém. É evidente que toda essa agressão que estamos cometendo com o planeta um dia vai se voltar justamente contra quem mais depende dessa biosfera: nós mesmos. Portanto, de agora em diante, antes de sucumbir a qualquer impulso consumista, é melhor perguntar a si mesmo, com toda a sinceridade que existe na sua cabeça e verdade do seu coração: “eu preciso mesmo disso?”.

*Texto disponível aqui*

# RE FE RÊN CI AS

PEDROTTI, Henrique. O Conceito de "Esclarecimento" segundo Kant. Disponível em: [http://www.institutosapientia.com.br/site/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1165:o-conceito-de-esclarecimento-segundo-kant-&catid=31:artigos-filosoficos&Itemid=111#\\_ftn1](http://www.institutosapientia.com.br/site/index.php?option=com_content&view=article&id=1165:o-conceito-de-esclarecimento-segundo-kant-&catid=31:artigos-filosoficos&Itemid=111#_ftn1)

KANT, Immanuel. Resposta a pergunta: Que é esclarecimento? Textos Seletos. Tradução Floriano de Sousa Fernandes. 3. ed. Editora Vozes: Petrópolis, RJ. 2005. P. 63-71.

PENA, Rodolfo F. Alves. A Sociedade do Consumo. Disponível em: <http://www.mundoeducacao.com/geografia/o-capitalismo-sociedade-consumo.htm>