

**O ENUNCIADO ÉTICO DE SUSTENTABILIDADE:
PISTAS DISCURSIVAS PARA UMA CRÍTICA DO CONSUMO ÉTICO**

*Ethical Statement of Sustainability:
Discursive Clues for a Critique of Ethical Consumption*

Carlos Eduardo Ribeiro
(UFABC-SP, Brasil)
Flaminio de Oliveira Rangel
(UNIFESP, Brasil)

Resumo

A adjetivação da palavra “ética” tornou-se corriqueira nos mais diversos campos, desde a vida comum ao conhecimento acadêmico. Nas práticas de consumo, embora um número bastante grande de estudiosos se dedique a definir o chamado consumo ético, é quase ausente uma reflexão filosófica sobre o tema. À luz da teoria do discurso de Michel Foucault, o artigo analisa as regras discursivas que podem estruturar uma crítica do enunciado ético de sustentabilidade, ponto de partida para uma discussão mais ampliada que questiona: como é possível ser livre se a formação discursiva do consumo no seu enunciado de sustentabilidade jamais põe em questão a própria forma histórica do consumo?

Palavras chaves: consumo ético | discurso | liberdade | enunciado | Foucault.

Abstract

The use of the word "ethical" has become commonplace in many different fields, from common life to academic knowledge. In consumption practices, although a very large number of scholars have dedicated to define the so-called ethical consumption, a philosophical reflection on the subject it's almost absent. In the light of Michel Foucault's discourse theory, the following article analyzes the discursive rules that might structure a critique on the ethical sustainability statement, starting point for a broader discussion question: how is it possible to be free if the discursive formation of consumption in its statement of sustainability never puts into question the very historical means of consumption?

Keywords: Ethical Consumption | Speech | freedom | statement | Foucault.

Um preâmbulo nietzschiano: moral e desconhecimento ético

Na abertura da *Genealogia da moral*, no primeiro aforismo do *Prólogo* desta obra, Nietzsche (1998) anuncia a interessante figura conceitual do *homem do desconhecimento*: “Nós, homens do conhecimento, não nos conhecemos; de nós mesmos somos desconhecidos” (1998:7) O aforismo, que segue repleto de imagens, metáforas e uma construção linguística de alusões múltiplas, se destina, em sua tese geral, a mostrar que possuímos, como homens do conhecimento, uma ignorância fundamental: nós não nos conhecemos. O filósofo diz que é preciso conhecer nosso desconhecimento ético, o que significa manter-nos permanentemente numa atitude de desconfiança e distanciamento de nós mesmos para que possamos emboscar a verdade que, desde Sócrates, pretendeu nos definir em absoluto. Na conclusão do aforismo, o autor faz um detalhamento desta ideia geral desenvolvida:

Nas experiências presentes, receio, estamos sempre “ausentes”: nelas não temos nosso coração – para elas não temos ouvidos. Antes, como alguém divinamente disperso e imerso em si, a quem os sinos acabam de estrondear no ouvido as doze batidas do meio-dia, e súbito acorda e se pergunta “o que foi que soou?”, também nós por vezes abrimos *depois* os ouvidos e perguntamos, surpresos e perplexos inteiramente, ‘o que foi que vivemos?’, e também “quem somos realmente?”, e em seguida contamos, depois, como disse, as doze vibrantes batidas de nossa vivência, da nossa vida, do nosso *ser* – ah! E contamos errado... [...] a nós se aplicará para sempre a frase “cada qual é o mais distante de si mesmo” – para nós mesmos somos “homens do desconhecimento (Nietzsche, 1998:7).

Salientemos: quando Nietzsche nesta passagem utiliza a expressão “homens do desconhecimento” abre a possibilidade linguístico-filosófica de alterar a ideia de conhecimento. Homens que são do desconhecimento porque errantes e longe de si mesmos quando se trata de inventar as verdades que projetam sobre si. Assim, para o filósofo alemão há sempre esta percepção de que no presente uma ausência subjetiva deve ser admitida a fim de abramos caminho para uma empreitada nova, para um conhecimento do desconhecido de nós mesmos.

É desta perspectiva, em que moral e um desconhecimento ético se conjugam, que encaminhamos algumas problematizações sobre o chamado consumo ético e sustentabilidade. Seguindo a posição nietzschiana, é nossa compreensão que há a necessidade de estabelecer que tipo de desconhecimento ético se insinua na formação da expressão *consumo ético*. Ao tomarmos o tema do consumo ético e sustentabilidade não pretendemos a estes termos oferecer uma definição ou até mesmo discuti-los com a alguma bibliografia especializada, certamente existente e largamente difundida (Lund, 2000). Esta possibilidade significaria abrir mão de certo posicionamento prévio a um tema e a uma área que já se encontram altamente especializados. Tampouco objetivamos relegar a um discurso de segunda categoria as reflexões bem pautadas sobre o tema. Mas se trata de avaliar suas condições de existência.

Em suma, elucidamos que espécie de desconhecimento, de ausência subjetiva, proclamamos nas experiências afirmadoras de uma ética que, dentro da escolha de análise que fizemos, parte do consumo ético como atitude fundamental para um mundo sustentável, isto é, uma ética que, em princípio, tem como seu alicerce uma determinada conduta do agir. Ela nos levaria, enfim, a uma realização moral primordialmente demandada em nosso tempo. O ponto de partida desta reflexão sobre o consumo ético é definir um nível de análise desta conduta. É necessário saber o que dá existência, como discurso, ao consumo ético. Segundo a analítica foucaultiana do discurso (Foucault, 2002) devemos buscar como se organiza o enunciado ético da sustentabilidade.

Pistas para a compreensão do enunciado ético de sustentabilidade (diferenciação, posição, domínio associado e materialidade repetível)

Queremos nos situar em um nível de análise muito específico que se pergunta, em primeiro lugar, que tipo de existência discursiva está envolvida no chamado consumo ético. Trata-se de um nível analítico haurido da teoria do discurso de Foucault (2002). É imprescindível esclarecer que não se

trata de uma análise dos conteúdos éticos propriamente ditos, mas sim da forma discursiva que eticamente se estabelece quando a exigência por uma atitude ambientalmente correta é requisitada na qualidade de um consumo ético (doravante, chamaremos de enunciado ético de sustentabilidade). A noção operatória que estará presente em nossas análises será, assim, a do enunciado conforme as formulações de Foucault em *A arqueologia do saber*. Um enunciado é a condição de existência de um discurso (Foucault, 2002).

O que é, na compreensão foucaultiana, uma condição de existência de um discurso? Podemos dizer que uma condição de existência é sempre o cruzamento possível entre quatro funções enunciativas que atravessam domínios significativos e unidades estruturais possíveis. Em outras palavras, ser condição de existência de um discurso é admitir o enunciado como função enunciativa que constituem diferentes formações discursivas segundo quatro operações. Vejamos como um enunciado opera estas quatro funções, procurando já conduzir nossa exemplificação para pistas de compreensão do enunciado ético da sustentabilidade.

Primeiro (I),¹⁷ um enunciado é uma função de diferenciação (Foucault, 2002). A análise de um enunciado é sempre a análise de um espaço de diferenciação em que as diferenças são produzidas ou negadas. A ideia de sustentabilidade, por exemplo, só faz sentido no espaço de diferenciação em que o meio é entendido como domínio natural alterado essencialmente pelo homem. Ser sustentável é manter algum estado de equilíbrio das coisas naturais que foi ou está sendo alterado radicalmente pelo homem e que deve, justamente devido a esta modificação fundamental, ser objeto de preocupação com um modo do agir humano, o que coloca a questão binária de ser ou não ser sustentável. Podemos dizer que este enunciado da sustentabilidade é ético porque seu espaço de diferenciação é um espaço que se pergunta pela conduta humana: como agir eticamente para sustentar o meio em que o homem vive? Ora, o que se define nesta pergunta é um domínio de possibilidade de relações para o agir humano que será preenchido por relações múltiplas, como por exemplo na resposta que se dá: ser ético, ser sustentável é, entre outras possibilidades, consumir eticamente os bens necessários à vida humana, mas que, paradoxalmente, ameaçam sua ruína e a do mundo natural.

Em segundo lugar, a função enunciativa é a posição de um sujeito, mas uma posição analítica (II). Para todo enunciado é possível assinalar a posição do sujeito, no entanto, assinalar um sujeito de uma frase, de uma obra, de um ato de fala não é marcar a posição desse sujeito. Sujeito da obra, da frase, ou da fala é a marcação do sujeito em sua referência. Diferentemente, para Foucault, quando se assinala a posição de sujeito é porque a análise foi capaz de identificar a partir de que espaço vazio um indivíduo se converteu em sujeito (Foucault, 2002). A expressão “espaço vazio” significa tão-somente uma pergunta da própria análise: que relações determinam este indivíduo como sujeito de um discurso? Deste modo, ser sustentável implica, por assim dizer, em um imperativo subjetivo, em uma posição de sujeito: como eu ajo conforme às necessidades de preservação simultânea do homem e da natureza? Esta é a relação mais básica que se pode assinalar no enunciado ético de sustentabilidade. Todas as relações que passam por estas necessidades objetivadas formam as relações determinantes de um sujeito. Por isso, o consumidor ético não é uma invariante universal advinda de uma consciência mundial bem-intencionada, mas a posição de individualizada que se determina como sujeito de uma enunciação. Ele se determina conforme as regras, valores, enfim, discursos do que a ele aparece como sendo o consumir eticamente. Embora retomemos esta função enunciativa mais à frente, podemos adiantar uma importante percepção analítica do verbo *sustentar*. No português, mas não só, todo um universo semântico para o verbo *sustentar* orbita precisamente sobre a ideia de manter uma posição de sujeito: sustentar uma posição, sustentar um testemunho, sustentar a inocência, sustentar uma tese, sustentar-se na fé. Quem se sustenta como sujeito no consumo ético?

Depois, um enunciado é sempre um conjunto de enunciados (III), isto é, a maneira de dar existência a discursos está na estreita dependência de um espaço colateral de outros enunciados (Foucault, 2002). Para Foucault, esta terceira função enunciativa é denominado de domínio

¹⁷ Esta referência de numerais servirá para identificarmos estas funções enunciativas mais adiante quando serão retomadas no interior das análises subsequentes.

associado como condição de algo aparecer com sentido “aos olhos” de um campo enunciativo em específico. Se o que chamamos de sustentabilidade e consumo ético estabelece uma relação possível de diferenciação e posição, esta relação ganha *status* “ético” apenas em relação ao espaço colateral do campo definido como sendo o campo da sustentabilidade. Então, o domínio associado do enunciado ético de sustentabilidade é todo um espaço de multiplicação de enunciados que a ele se remetem de algum modo. Supondo, pois, que ser sustentável é consumir eticamente, toda uma trama anexa de outros enunciados é requisitada: haverá determinados produtos que cumprem com o consumir eticamente como, por exemplo, aqueles que não utilizam de agrotóxicos, aqueles que não envolvem trabalho infantil ou escravo, aqueles que são produzidos com produtos recicláveis etc. É neste domínio, a saber, de multiplicação de enunciados em constante relação (de sucessão, co-dependência, distribuídos em diferentes funções etc) que consumir eticamente se estabelece como um jogo enunciativo.

Por fim, o enunciado para Foucault requer uma quarta função enunciativa: a existência material do próprio enunciado (IV). Tradicionalmente, a materialidade do enunciado é pensada em termos de suporte, isto é, de receptividade da materialidade em alguma base na qual o sentido vem inscrever-se. Na *Arqueologia do saber*, Foucault recusa esta noção para afirmar que o enunciado tem, como função enunciativa, uma materialidade repetível. Trata-se de compreender que o enunciado não é dependente de uma base material, mas sua materialidade própria sofre um regime de repetição de singularidades. Foucault exemplifica:

A afirmação de que a terra é redonda ou de que as espécies evoluem não constitui o mesmo enunciado antes e depois de Copérnico, antes e depois de Darwin; não é que, para formulações tão simples, o sentido das palavras tenha mudado; o que se modificou foi a relação dessas afirmações com outras proposições, suas condições de utilização e de reinvestimento, o campo da experiência, de verificações possíveis, de problemas a serem resolvidos ao qual podemos remetê-las (Foucault, 2002:116).

Percebamos que nesta quarta função enunciativa aparece o objeto ao qual o enunciado se dirige: objeto, ao mesmo tempo, específico e reutilizável. A materialidade repetível do enunciado é um campo de utilização dos objetos que os enunciados fazem aparecer. O objeto específico deste campo discursivo é a necessidade de ser sustentável pela prática de um consumo de produtos eticamente produzidos ou que envolve um agir consciente sobre o ato de comprar. Esta é uma materialidade de objeto específica, mas necessariamente reutilizável: haverá um determinado uso do eticamente produzido como produto de mercado nas próprias práticas de consumo ético, isto é, considerando o próprio consumidor e em relação a sua atitude fundamental de consumir.

Como não podemos levar em frente a análise conjunta de todas as funções enunciativas, o que se propõe, então, é que adentremos alguns aspectos do enunciado ético de sustentabilidade. Pretendemos extrair algumas características discursivas que o compõem conforme estas pistas analíticas apresentadas para sua compreensão, particularizando nossa exposição às funções enunciativas de posição (II) e da materialidade repetível (IV)

Uma forma de existência do discurso do consumo ético: a perspectiva do risco

De posse das quatro funções enunciativas, podemos, de agora em diante, requisitar alguns discursos do consumo ético para formarmos um juízo conforme uma perspectiva crítica. Para trazermos à tona estes discursos, apoiamos nossa leitura em Fontenelle (2007), estudiosa do tema em questão, especificamente em seu artigo *Consumo ético: construção de um novo fazer político?* Ela realiza uma importante revisão bibliográfica do chamado consumo ético, apresentando as principais tendências de pensamento sobre o tema. É possível encarar estas tendências como um grande mapeamento dos discursos do consumo ético. A autora defende a posição de que é possível, e mesmo necessário, entender o significado social do movimento de consumo ético por meio da realização de pesquisas empíricas com as quais a sociedade civil poderia ter o ganho de se refletir tanto ao nível da representação política quanto no da consciência crítica. Para tanto, começa este

mapeamento dos principais discursos do consumo ético. Exibindo uma definição dada no emblemático *The Ethical Consumer* (Harrison; et. al., 2005) livro de referência do movimento de consumidores, o consumo ético, segundo Fontenelle, se refere:

Ao ato de compra (ou não compra) no qual estão implícitas as preocupações do processo de consumir com os impactos que isso possa causar ao ambiente econômico, social ou cultural. Ou seja, ele está circunscrito ao fato de que o consumidor pensa e se preocupa com os efeitos que uma escolha de compra gera aos outros e ao mundo externo como, por exemplo, com o tratamento despendido aos trabalhadores envolvidos na produção de um determinado produto, ou com os impactos ambientais que certos produtos causam (Fontenelle, 2007:s/p).

O consumo ético seria visto, então, como uma questão política porque, afinal, conforme *The Ethical Consumer*, tem se levantado a partir dessa preocupação (o consumir eticamente) uma série de questões relevantes para a esfera pública como, por exemplo, a da “sustentabilidade do planeta, o comércio justo, a solidariedade social (...)” (Fontenelle, 2007:s/p). A partir dessa referência, a autora passa a sintetizar duas correntes antagônicas quanto ao “alcance e à efetividade desse tipo de movimento” enquanto uma atitude que pode “ser considerada política” se a definirmos como a “determinação de uma transformação social que altere o jogo de forças no qual predomina, hoje o mercado”. (Fontenelle, 2007:s/p).

Uma interpretação primeira diz que o movimento é capaz de provocar mudanças substanciais na sociedade contemporânea e, portanto, estaríamos diante de um novo fazer político. Um dos argumentos centrais dessa posição, e talvez o mais sobressalente do ponto de vista ético, se resume: consumidores formariam uma nova força capaz de enfrentar as grandes corporações em razão de um novo ator emergir, o consumidor ético. A perspectiva do risco que a todos toca formataria uma cultura do consumo porque as ações de consumo estão de modo geral politizadas. Alguns fatores ligados à dinâmica do mercado teriam feito do consumo um espaço do político “tanto pelos problemas a ele associados, quanto pela descoberta da força do consumidor frente ao poder do mercado” (Fontenelle, 2007:s/p) tais como: preservação do meio ambiente, transparência nos negócios, estratégia de marketing (socialmente responsável), respeitabilidade empresarial externa e interna, retomada do espaço público em razão do declínio dos fóruns tradicionais, estilo de vida do consumo e expressão política pelo conhecido boicote a corporações ambientalmente não responsáveis. Em suma, o consumo ético teria formado um novo ator social portador de novos conflitos os quais teriam advindo de certo contexto histórico em que o consumo provocaria contradições originais.

Para esta formação discursiva, parece-nos, tudo se passa como se o movimento de consumidores indicasse um novo espaço na democracia em que o espaço político é justamente o espaço criado pelo risco que correm, igualmente, tanto os que consomem quanto os que produzem a forma do consumo. As contradições originais aventadas pelo movimento do consumo ético derivaria do fato de que, já que todos consomem, então, todos deverão estar em desacordo com um consumo do tipo desenfreado. É claro que a esse respeito poderíamos avaliar o quão pouco é usual admitir a perspectiva do risco como uma abertura e motivação para um novo fazer político. Todavia, se nos valermos das categorias de enunciação foucaultianas acima descritas, percebermos logo que, de um ponto de vista eminentemente discursivo, a marca primeira deste discurso de politização da atitude de consumo identifica, em uma mesma posição de sujeitos, dois sujeitos do enunciado de sustentabilidade.

Deste modo, quanto à enunciação da posição (II) propriamente dita que dá existência a este discurso, ela poderia ser explicitada nos seguintes termos: uma vez que todos são, de algum modo, consumidores, então, todos, igualmente, terão uma preocupação comum animada pelo risco de incorrerem em alguma prática não sustentável que a todos afetaria negativamente. Dito de outro modo, a politização adviria da percepção coletiva de que um consumo individual ou local inadequado atinge a todos. Assim, o que poderia ser encarado como posição de dois sujeitos distintos (quem produz e quem consome) passa a ser identificada para o lado do consumo (todos são consumidores). A relativização que temos de admitir nessa identificação de posições salta aos

olhos. É inegável que todos os que produzem são também consumidores, mas o contrário não se verifica. Contudo, esta inversa – nem todos consumidores são produtores – é desconsiderada porque o espaço de diferenciação (I) em que esta forma do enunciado de sustentabilidade se dá não permite reconhecer que o consumo só se realiza porque há produção (e produção de excedente).

O espaço de diferenciação que enxerga apenas consumidores e dá a eles o papel de um novo ator político é o espaço do próprio consumo. Este espaço é uma premissa que lhe dá uma aparente existência política: já que precisamos consumir assim (o excedente), então que se consuma de modo consciente. Ora, esta consciência de que todos são inevitavelmente consumidores equivale a acatar que não há problema algum em consumir o excedente. Passamos a assumir que esta forma da economia e esta forma da vida social são inevitáveis e inalteráveis como forma histórico-discursiva.

A materialidade repetível do enunciado tem uma operação bastante peculiar neste caso. Podemos dizer que a conduta-decisão do consumidor é a materialidade mesma do consumir eticamente quando uma única posição de sujeito é assinalada. Mas se considerarmos a outra parte, para quem produz tais produtos, para quem, por exemplo, o lucro e a boa aceitação de mercado são objetivados neste mesmo campo do consumo ético, o uso material é completamente outro. O objeto deste lado do consumo ético não é a conduta, senão induzir à boa conduta. Ambos objetos, contudo, fazem emergir o consumo ético, mas sua utilização depende, cada qual, de um campo de utilização específico. Se o consumo é um novo fazer político, é verdade também que é necessário suprimir esta diferença material.¹⁸

Mas há, pelo contrário, quem desacredite esta suposta forma da ação política pelo consumo. Uma segunda interpretação entende que o tema do consumo ético não leva a um novo modo de organizar-se politicamente pelo consumo, mas, ao contrário, entende que “o foco em formas de produção e consumo de resistência do consumidor é produto de um esgotamento do mercado de massas” pelo qual o capitalismo encontra o desafio de um novo tipo de expropriação, a *expropriação de experiências*. Resumindo os autores desta outra tendência, ela resume: o capitalismo de futuro precisaria de um novo leque de experiências culturais como “viagem e turismo global, parques e cidade temáticos, centros de bem-estar [...]” (Fontenelle, 2007:s/p).

Se na primeira interpretação, o consumo ético torna homogênea tanto a posição quanto a materialidade do enunciado, a interpretação que entende que o consumo ético é “a total absorção dos ideários do consumidor ético pelo mercado” (Fontenelle, 2007:s/p) promove uma outra maneira de lançar as condições de existência deste discurso. Pelos argumentos desta posição, estaríamos num avançado quadro de crise da sociedade de massas em que um profundo esgotamento, tanto dos recursos naturais quanto do próprio imaginário contemporâneo, teriam levado, por exemplo, a deslocar a defesa do meio ambiente, a partir da década de 1990, da “ênfase até então dada à produção para o campo dos hábitos de consumo e do papel do consumidor na responsabilidade pela sustentabilidade ambiental” (Fontenelle, 2007:s/p). Não estaríamos mais diante de uma sociedade de consumo de massas, mas de uma sociedade de consumo de experiências individuais.

Se esta compreensão solapa de uma vez o consumo ético como forma de um novo fazer político, para retomar a exposição de Fontenelle, é preciso nisto reconhecer que espécie de auto compreensão ética tem esta nova sociedade do consumo. Ou, em outros termos, se não analisarmos, sobretudo, que tipo de posição e materialidade enunciativa está em jogo neste consumo de experiências individuais, podemos incorrer na incoerência de reconhecermos que o consumo ético é um novo discurso, mas a respeito do qual devemos nos limitar a recusa-lo como forma pura e simples da sociedade expropriada em experiências. A forma dessa expropriação pode

18 O *freeganismo* não resultaria como a única opção discursiva diferente da homogeneização entre consumidores e produtores capitalistas? Mesmo o *freeganismo* radical ainda pressupõe a premissa de consumir o excedente. Como recusa de produzir o excedente que já está aí, a atitude de estar livre do consumo é paradoxalmente negada.

ser encarada, antes de tudo, como discurso existente no qual um sujeito é sujeito de consumo sobre uma materialidade específica e reutilizável, o eticamente produzido ou que envolve um agir consciente sobre o ato de comprar. Se admitirmos esta necessidade perante a segunda interpretação, a pergunta que doravante devemos formular é a seguinte: quem é o sujeito desta experiência *de* consumo e qual sua materialidade discursiva que se repete como enunciado ético de sustentabilidade?

Antes de consumir eticamente... Consumo como norma social

Na ordem enunciativa, antes de *consumir eticamente* devemos considerar que *consumimos*. No trabalho *Globalização: as consequências humanas*, o sociólogo Bauman (1999) é particularmente sensível à dimensão do consumo como norma social e historicamente estabelecida. A novidade que a sociedade moderna inaugura, segundo ele, não é o fato de todos sermos consumidores. O que se impõe de novo nela é a necessidade mesma de inventar a condição de consumidores: “A maneira como a sociedade atual molda seus membros é ditada primeiro e acima de tudo” confirma ele “pelo *dever* de desempenhar o papel de consumidor. A norma que nossa sociedade coloca para seus membros é a da *capacidade* e *vontade* de desempenhar esse papel” (Baumann, 1999:88, grifo nosso). Aquilo que aparece à sociedade moderna como *dever* revela com traços mais nítidos tanto a posição quanto a materialidade do enunciado ético de sustentabilidade.

Em primeiro lugar, por que podemos falar de uma sociedade *de* consumo? Porque o sujeito que aparece *enfaticado* (Bauman, 1999:88) como posição vazia da vida social, cultural e individual é o de papel de consumidor. Vazia, inclusive analiticamente falando, porque qualquer conteúdo pode vir a preencher esta condição de existência: “quem consome” é invariavelmente preenchido por toda situação real de consumo seja qual for ela. A única certeza posta é a da vontade de que algo se consumirá. O sujeito de consumo, e que se percebe a necessária redundância desta explicitação, é a sua *vontade* de desempenhar este papel. Assim, se consumir não é uma acidentalidade, mas a norma do ser social, norma do sujeito desta vontade, então, ao que o consumo se dirige concretamente? Sua materialidade deve ser de algum modo também determinada pelo consumo como norma social. Segundo Bauman (1999, p. 88), no lugar da relação vida e trabalho, a sociedade de consumo instaura uma nova concretude material:

Se os nossos ancestrais filósofos, poetas e pregadores morais refletiram se o homem trabalha para viver ou vive para trabalhar, o dilema sobre o qual mais se cogita hoje em dia é se é necessário *consumir para viver* ou se o homem *vive para poder consumir*. Isto é, se ainda somos capazes e sentimos a necessidade de distinguir aquele que vive daquele que consome (grifo nosso).

A concretude material do consumo é a criação de uma *capacidade* complexa e nova na modernidade, a volatilidade conforme a qual passamos a não poder distinguir vida e consumo. O que se consome tanto satisfaz a vida no imediato da relação como também desaparece com a própria relação já que há exigência, de fundo, que se extinga assim que o desejo for satisfeito (Bauman, 1999). A posição é o sujeito que consome, mas a materialidade do consumo como objeto ao que ele se dirige não possui outra função senão a de repor a necessidade de consumo. O que mais preocupa o consumidor não é *o que* consumir, mas aquilo que ainda não sabe que poderá consumir. Assim, o consumo como norma social não tem um objeto possível do consumo. Ele tem uma espécie de pré-materialidade que são todos “os tormentos dos desejos ainda não percebidos nem suspeitados que fazem a promessa ser tão tentadora” (1999:89). A materialidade repetível, portanto, de todos enunciados de consumo, inclusive o do consumo ético, é esta capacidade, sempre pressuposta, de consumir o que eu ainda nem sei que quero e vou consumir.

Talvez a conclusão analítica mais importante a ser percebida no consumo como norma social é que ela opera uma identificação entre o valor normativo do sujeito e o valor normativo da materialidade repetível deste enunciado. Dizendo de outro modo, a forma do consumo da nossa sociedade é um imperativo de consumir que nos coloca num eterno presente em movimento. Ela exige o

apagamento dos limites entre o sujeito e todas as formas concretas da ação. Trata-se do fim do estado de repouso em que “não há linha de chegada óbvia para essa corrida atrás de novos desejos, muito menos de sua satisfação. A própria noção de “limite” precisa de dimensões espaço-temporais. O efeito de “tirar a espera do desejo” é tirar o desejo da espera”. Capacitados para este papel e modelados por ele em nossa vontade, o consumo é um fardo de estar em viagem em que a chegada sempre prefigura uma maldição de nunca chegar (Bauman, 1999:86-90).

No fim das contas, se podemos concluir que o consumo deseja consumo, o consumo ético, igualmente volátil, deseja que esta experiência seja consumida: consumir em geral não é diferente da posição e da materialidade do consumir eticamente. Na formulação do consumo como norma social, o enunciado de sustentabilidade está completamente compreendido. Em uma sociedade que consome experiências, que se vê inteiramente moldada pelo dever de ser consumidor, a adjetivação “ético” vem como uma palavra que já ganhou o status de inquestionável.

Todas as palavras da moda tendem a um mesmo destino: quanto mais experiências pretendem explicar, mais opacas se tornam. Quanto mais numerosas as verdades ortodoxas que desalojam e superam, mais rápido se tornam cânones inquestionáveis. As práticas humanas que o conceito tentou originalmente captar saem do alcance da vista e são agora os “fatos materiais”, a qualidade do “mundo lá fora” que o termo parece “esclarecer” e que ele invoca para reivindicar sua própria imunidade ao questionamento. A “globalização” não é exceção à regra” (Bauman, 1999:7)

O “consumo ético” não é exceção à regra.

Um retorno às luzes: a ideia de dever na universalidade ética

Curiosamente, o fato de colocarmos a questão como algo corriqueiro – “somos consumidores” – nos impele a questionar como tal dever de consumir se formou do ponto de vista ético. Sob uma perspectiva iluminista da ideia de dever, podemos dizer que não existe dever sem liberdade. Kant procede a uma conhecida e importante distinção conceitual para a Ética: estabelece nitidamente o campo da legalidade como aquele em que se dá a mera conformidade da ação à norma (a ação se conforma à norma) e o campo da moralidade em que a ação, para ser ética, é preciso que se realize pelo dever. A legalidade nada mais seria que a simples conformidade à norma e o campo propriamente moral depende do dever. Para Kant, não há moralidade sem lei moral, nem legalidade sem efetivação da norma.

A razão prática se realiza na existência social que é dependente da vontade humana e visa a fins racionais. Numa palavra, na ética iluminista estamos no reino da escolha por liberdade, escolha que não pode assumir quaisquer tipos de fins, mas sim a finalidade ética do bem (os valores morais) que são universalmente comuns a todos seres humanos. Para fins éticos a razão prática exige meio igualmente éticos. Fins e meios exigidos para a ação ética constitui o que Kant chama de dever. Obedecendo à suas próprias leis, o homem é livre para pensar e agir. Se recorrermos ao conceito positivo de liberdade em Kant, percebermos que o indivíduo racional tem plenos poderes de autonomia, ou seja, de se auto legislar. Esta legislação sendo racional é por sua própria natureza universalizante. Não há como dissociar, segundo Kant, liberdade e moralidade. Ser livre é agir conforme a lei moral que ofertamos a nós mesmos em direção a obtenção do bem. Por que devemos obedecer ao dever? Porque com isso obedecemos a nós mesmos, seres racionais portadores de uma vontade livre. Daqui se seguirá as conhecidas noções da ética iluminista de menoridade e de uso público e privado da razão.

Foi esta tradição, que, com alguma pretensão, poderíamos de denominar de universalidade ética, que permitirá o filósofo Foucault, por exemplo, caracterizar o processo de esclarecimento moderno como uma *atitude*, sem que isso se identifique a um simples individualismo da ação. A *Aufklärung* enunciará o homem como sua norma à medida que sua saída para o presente torna aferível sua maioria. É a atitude de modernidade, para falar a linguagem de Foucault, que serve, singularmente, como meio de problematizar, numa só vez, “[...] a relação com o presente, o modo

de ser histórico e a constituição de si mesmo como ser autônomo” numa “permanente reativação de uma atitude: ou seja, um *éthos* filosófico” bem característico “de nosso ser histórico” (Foucault, 2001:1390). Este entrelaçamento do presente, do ser histórico e da constituição do que somos corresponde à ideia de que toda ação individual é uma saída para o presente que, no fundo, promove a coincidência entre dever e liberdade, a saber, a liberdade de sermos nós mesmos.

Qual espécie de elucidação pode-se fazer do tema do consumo ético em relação à ideia de dever tal como foi concebida pela universalidade ética?

Consumir eticamente: um Dever sem Liberdade

O que gostaríamos apenas de indicar, como conclusão parcial, é como o discurso do consumo ético possui um grande impensado, e até mesmo, um grande paradoxo ético: há um “conteúdo” pré-determinado da ação ética, *consumir*, que, se bem vimos, é efetivamente o dever de consumir. Ele redundando a ação do sujeito sobre o próprio sujeito, o que faz do dever não uma liberdade da consciência manifesta no uso público da razão, mas um imperativo externo sobre o ato de consumir. Esse dever é, assim, uma norma colocada inexoravelmente e que nos vem de uma exterioridade absoluta e imperativa.

O pensamento de Foucault, no campo da história, insistiu muito neste aspecto a respeito da sociedade moderna. A ideia mais comum e que se encontra difusa em todas as histórias que Foucault praticou pode ser resumida assim: a sociedade moderna é normativa porque normalizadora, o seu referencial de razão aparece como distintas formas de saberes repartidos em racionalidades normalizadoras que põem a si mesmas como critério de “verdade”, que põem a si mesmas enquanto particulares exercícios de poderes. Tudo se passa como se Foucault se apropriasse, portanto, do pensamento kantiano para mostrar, nas histórias que realizou, que nossa sociedade conseguiu fazer com que o dever não redundasse em liberdade, e que a representação jurídica do mundo público ocultou uma forma de ser do homem; uma sociedade que historicamente tornou indistinta os poderes e a norma que os constituem.

O consumo ético, ou o dever de consumir em geral, inventa, num só movimento, uma forma de dever sem liberdade e um sujeito conveniente ao imperativo de consumo. Quando consumimos não saímos para o presente para nele nos constituirmos como *um si mesmo*. A atitude de consumo está, parecem-nos, longe de ser uma atitude de liberdade, se por esse termo entendemos não apenas uma ação sobre os fatos, mas uma forma de modificar nosso presente pelo modo como adentramos esse presente. Portanto, o consumo ético está aqui, antes de tudo, problematizado enquanto o *dever de consumir*. Tal dever, quem sabe, seja a norma privilegiada que o nosso atual modo de ser encontrou para, outra vez, fabricar-nos como sujeitos assujeitados. Qual tipo de sujeição? Propriamente uma sujeição consumptiva de experiências que Sennett descreveu como consumidores de potência, isto é, de virtualidades as quais quase nunca desfrutamos do real benefício:

O comportamento desses consumidores é semelhante ao dos proprietários de carros esporte super velozes que praticamente só transitam no tráfego arrastado das cidades, ou dos donos das infames máquinas SUV [veículos utilitários] destinadas à navegação no deserto, mas na prática usadas sobretudo para levar os filhos para a escola e para casa. Todos esses são consumidores de potência (Sennett, 2006:140).

É bem verdade que não apresentamos respostas ao problema levantado, o que no mínimo seria temário. O que fizemos foi a análise desta experiência discursiva dita ética, de suas condições de existência como enunciado, na qual se percebe o claro desconhecimento constitutivo, no sentido nietzschiano, que temos de nós mesmos a respeito do dever de consumir. Este desconhecimento não é, no entanto, um passo em falso senão a organização mesma de um silêncio produtor: consumir eticamente pode ser apenas uma modalidade do consumo de potência.

Conclusão

Embora não possamos nos dedicar à análise do tema da politização do consumo, enquanto uma nova forma da ação política neste campo (Santos, 2014), seria bastante interessante verificar como o desconhecimento ético aqui analisado está implicado na base das análises mesmas que veem no sujeito de consumo a subjetivação de um novo sujeito ético por meio de um tipo de engajamento que faz parecer que este ator dispõe da gama de dados para agir politicamente. Por exemplo, Santos (2014) parece não possuir qualquer questionamento sobre que tipo de espaço público – questão basilar para quem arquiteta a ideia de um novo ator político - tem lugar em uma atitude individual como a do consumo. Basta que o indivíduo “leve em consideração” determinadas preocupações para o que o sentido histórico de reciprocidade política se efetive. Depois de enumerar as formas possíveis de engajamento político, Santos afirma:

O que se espera, em todos esses casos, é que o indivíduo leve em consideração os efeitos que uma compra pode ter, não apenas sobre si mesmo (responsabilidade), mas sobre a coletividade (reciprocidade), e é precisamente isso que vem sendo chamado de consumo ético (Santos, 2014:208, grifo nosso).

Formando um belo paradoxo, este sujeito seria novo, livre, responsável e recíproco desde que *para* consumir. Notemos que o campo do consumo é sempre ele um espaço intocável e formador mesmo da verdade ética de consumir, o que conforma o agir da conduta a um campo ilusório de escolhas. Justamente neste ponto está a possibilidade de obter uma perspectiva historicamente aprofundada sobre o dever de consumir e sobre o lugar destas novas atitudes *responsáveis* e *recíprocas*. Para que repensemos o enunciado ético de sustentabilidade é suas condutas éticas correlatas seria preciso investigar que regime de verificação é este que coloca o consumo ético como alternativa sempre possível ao sujeito que compra. Se observarmos o nascimento da experiência moderna do mercado, por exemplo, seremos forçados a perceber que ele foi tanto a instauração de um espaço de relações de mecanismos naturais quanto um lugar de verdade da formação de um preço adequado na compra/venda: “na medida em que, através da troca, o mercado permite ligar a produção, a necessidade, a oferta, a demanda, o valor, o preço etc., ele constitui um lugar de verificação, quero dizer, um lugar de verificabilidade/falseabilidade para a prática governamental” (Foucault, 2008:45). A perspectiva histórica que se abre para a reflexão é a de inquirir-se sobre o sentido das relações que o mercado mantém com a prática de uma atitude ética no consumo. Assim como o mecanismo natural do mercado e a formação de um preço natural determinaram um lugar de verdade para a prática governamental no século XVIII, o mercado também não teria se oferecido como instância de verificação da conduta ética?

www.prometeica.com

Referências bibliográficas

- FONTENELLE, I. A. (2007). Consumo Ético: construção de um novo fazer político? In: *Revista Psicologia Política*, v. 6, pp. 1-21. Disponível em: <http://www.fafich.ufmg.br/rpp/seer/ojs/viewarticle.php?id=16&layout=html>. Acessado em 10/02/2015.
- FOUCAULT, M. (2001). “Qu’est-ce que les Lumières?”. *Dits et écrits II – 1976-1988*. Paris: Gallimard, pp. 1381-1397.
- FOUCAULT, M. (2002). *A arqueologia do saber*. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 6a. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- _____. (2008). *Nascimento da biopolítica (1978-1979)*. Tradução de Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes.

- HARRISON, R.; NEWHOLD; T.; SHAW, Deirdre. (2005). *The Ethical Consumer*. London: Sage Publications.
- LUND, D. B. (2000). An empirical examination of marketing professional's ethical behavior in differing situations. *Journal of Business Ethics*, 24(4), pp. 331-342.
- NIETZSCHE, F. (1998). *Genealogia da moral*. Tradução de Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras.
- SANTOS, D. E. (2014). Sobre as possibilidades de ação política na esfera do consumo. *Psicologia & Sociedade*, 26(n.spe.), pp. 201-211.
- SENNET, R. (2006). *A cultura do novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Record.