

Contra o eco-consumismo

Contraciv

11/06/2019

Conteúdo

Contra o eco-consumismo	3
O que é consumir?	5
O consumo civilizador enquanto problema	7
Referências:	9

Contra o eco-consumismo

A grande questão da discussão ecológica atual tem sido como conciliar padrões sustentáveis de produção e consumo com uma economia baseada no desenvolvimento acelerado dos meios de produção e consumo. Esta é uma questão política. Se o consumidor está submetido a um sistema econômico insustentável, ele não tem o poder de fazer escolhas que levam a um consumo sustentável. Dizer que o consumo sustentável, ético, responsável e consciente é uma questão de escolha do consumidor é ingênuo. O consumidor depende da cultura de consumo para definir o que é sustentável. Não reconhecemos o que é ser sustentável numa cultura que depende de desenvolvimento econômico acelerado. Usamos essa palavra sem ter noção do que ela significa em termos práticos e fora da lógica do consumo.

O discurso do eco-consumo não é necessariamente sobre consumir mais, mas sim aquele que coloca o consumidor como protagonista, como agente multiplicador de ações políticas privadas que visam a sustentabilidade. Ele deve entender o que motiva o consumo e saber separar necessidades reais de necessidades criadas. Mas como o consumidor fará isso?

Os meios de comunicação que propagam essa “consciência ecológica” estão sob controle do sistema econômico. Eles têm um bom motivo para propagar ideias supostamente contrárias à cultura vigente. Baseiam-se na crença de que o sucesso comercial pode ser compatível com a minimização do impacto ambiental causado pela extração dos recursos naturais. Isto é, usam um critério da ética profissional aliado à eficiência da produção. Esse critério vem do próprio desenvolvimento do capitalismo enquanto racionalização das relações em função da produtividade. Ele parte da crença de que é possível uma harmonia entre bem-estar social e eficiência dos meios de produção. Em outras palavras, o que é propagado hoje como sendo consciência ecológica é uma ideologia adaptada ao espírito do capitalismo. Ela se apóia na crença de que basta racionalizarmos o uso das tecnologias e dos meios de produção para que tudo fique bem. É como se o problema fosse a falta de desenvolvimento do modo de produção, e não a infraestrutura baseada em produção e consumo. A revolução ecológica é proposta no formato de um novo contrato social, que define os limites do consumidor médio, garantindo ao mesmo tempo o consumo para os desfavorecidos e o crescimento do lucro para as empresas “sustentáveis”, supostamente redistribuindo renda para a população pobre. Quando o economista sustentável diz que “podemos ser sustentáveis com responsabilidade social e sem abrir mão do lucro”, ele está falando de um novo modelo de negócios, não de uma superação do capitalismo.

Por um lado alguns autores acusam o discurso ecológico de ser dogmático ou fundamentalista, porque parece tratar de pecados ambientais, perdição industrial, apocalipse climático, revelação de uma verdade oculta, conversão subjetiva a um novo paradigma e redenção por meio de novas tecnologias e até mesmo de um novo homem. Por outro lado, os adeptos do Movimento Azul (uma reação ao Movimento Verde), unem a ecologia com o capitalismo e defendem uma espécie de “ecologia da prosperidade”. Ganhar dinheiro com a ecologia seria o único futuro possível da ecologia. Ser ecológico passa a significar o mesmo que privatizar a natureza, ou seja, inseri-la na lógica do mercado, como uma espécie de investimento de longo prazo, pelo qual indivíduos possam ser os únicos responsáveis, uma vez que o Estado falhou nessa missão. Isso supostamente implicaria numa maior eficiência da gestão de recursos naturais, segundo a ideologia liberal.

O discurso eco-capitalista diz que a preservação da natureza só será possível quando todos os seres forem contabilizados como propriedades. Ou seja, a ecologia só passa a ser possível a partir da aceitação do discurso da propriedade privada. É isso que está acontecendo quando se fala de pegada ecológica e capital natural... Estabelecemos uma relação financeiramente racionalizada com a natureza enquanto fonte de recursos materiais. O emblema do eco-capitalismo é o planeta sendo segurado por mãos humanas.

O que é consumir?

A figura central dessa revolução ecológica é o consumidor. Quem é o consumidor? O consumidor não é uma pessoa, é um papel assumido por uma pessoa. O papel de consumidor consciente ou do cidadão ambientalmente responsável é encarnado por uma pessoa, mas é apenas um estilo de vida. Como qualquer produto cultural, é propagado por uma indústria que explora esse segmento de mercado. A cultura incentiva uma mudança social útil e necessária à sociedade capitalista. Propaga uma ética da eficiência, que se concentra em consumir bem. Transforma toda sabedoria do viver bem na sabedoria do bom consumo.

Não é fácil distinguir quando estamos sendo o agente ou o alvo desse discurso. O consumo se tornou entretenimento, assim como a própria crítica ao consumismo. Mas o consumo ainda sustenta a economia, que se tornou dependente do espetáculo. Quando se reduz o crédito se diminui o consumo, e isso gera crise. Para evitar o colapso, é preciso injetar crédito, que é como uma droga estimulante, cujo efeito vai se tornando menor com o passar do tempo. É preciso emprestar dinheiro para que nós gastemos o que não temos naquilo que não precisamos, porque sem aumentar as dívidas não há desenvolvimento econômico, e sem isso não há investimento, e sem investimento não há lucro, e sem lucro a competitividade diminui e empresas tendem a falir, levando embora os empregos e a possibilidade de consumo, inclusive o sustentável. A cultura apresenta aquele que consome as coisas certas como invejável, reforçando assim uma representação que tem o objetivo de gerar coerção social para o consumo consciente.

As crianças e os idealistas são o alvo mais visado pelas campanhas publicitárias. É comum ver pais brigando com seus filhos enquanto estes berram e esperneiam por causa de um produto como se não valesse a pena viver sem poder consumir aquele produto. As crianças não são culpadas por sentirem esse desejo avassalador, pois vivem num ambiente cultural criado para gerar esse comportamento. O ambiente de um grande supermercado ou shopping é construído para atingir os pontos fracos da psicologia humana. Mas ele é só um microcosmo do que ocorre na cultura de consumo, onde o consumo adquire um significado existencial. Não existe hoje teoria psicológica mais bem desenvolvida do que aquela empregada para classificar, compreender e estimular práticas de consumo. Tais técnicas conseguem, com uma precisão incrível, descrever e prever tendências de consumo em âmbito local e global. Se você pensa que somente crianças são manipuladas para consumir X ao invés de Y, pense de novo.

Embora o trabalho seja visto como algo que dignifica o homem, a maior parte do trabalho visa cobrir gastos com consumo desnecessário, sejam o seu ou do seu empregador. O que o trabalho realmente dignifica é o consumo.

O consumo invade todos os aspectos da sociedade. Nós nos aproximamos dos outros e demonstramos nosso amor por meio do consumo. Nossa memória é composta dos produtos que consumimos. Enfim, todas as relações passam a ser mediadas pelo consumo. A produção e o consumo passam a dar sentido às práticas e representações sociais. O consumo passa a ser uma necessidade simbólica que gera coesão e ordenação social, substituindo a religião em diversos aspectos. Ainda que se tente naturalizar a atual taxa consumo dizendo que nós sempre consumimos, o consumo nunca teve o significado que adquiriu na sociedade de consumo. E nós podemos afirmar, sem paranoia nenhuma, que tudo isso foi planejado. Os dados demonstram isso, como se pode ver no documentário *Século do Self*.

O consumismo, assim como o individualismo, é um problema muito maior do que geralmente tratado pela cultura midiática. Ela propaga a ideia de que o individualismo é um problema moral, é um problema dos indivíduos, como um sinônimo de egoísmo, quando na verdade o individualismo é um fenômeno social, e está implicado na própria ideia de analisar todos os fenômenos sociais do ponto de vista dos indivíduos (individualismo metodológico). De modo análogo, poderíamos falar sobre um “consumismo metodológico”, que vai muito além de um problema moral de indivíduos que consomem errado, e está implicado na ideia de que todas as questões, até mesmo questões políticas (como o sofrimento animal, que é muito mais que uma questão ética somente), podem ser resolvidas na base de escolhas de consumo feitas por indivíduos. E não adianta dizer que começa com indivíduos e se torna algo coletivo ou massivo. A teoria da “massa crítica” (ações individuais gerando ações coletivas) é uma reação liberal ao materialismo histórico e uma tentativa de diminuir o significado do conceito de “conflito de classes”. Não são apenas os marxistas que deveriam estar preocupados com isso. O anarquismo não pode ignorar esse conceito, mesmo que ele tenha uma proposta que se diferencie do marxismo. Em tempos de movimentos sociais de massa completamente despolitizados e despolitizadores, isso deveria ser uma preocupação para qualquer perspectiva política.

O consumo civilizador enquanto problema

O aumento do consumo não deve ser encarado como um problema que pode ser resolvido pelo consumo ecologicamente correto. Substituir um tipo de consumo por outro mais moderado não será suficiente. O eco-consumo continua sendo uma perspectiva ajustada a uma cultura que defende a crença, expressa por Benjamin Friedman, de que o crescimento econômico é necessário para manter a paz social. Se os ricos param de crescer, o sistema reage automaticamente, e os pobres estão na parte mais vulnerável da zona de impacto. O sistema foi construído para depender do aumento do lucro. Por isso alguns capitalistas defendem seu próprio crescimento como possibilidade de gerar emprego e investir no crescimento do país como um todo. Se nós paramos de circular dinheiro cada vez mais rápido, a situação poderá ficar pior. Quando você corre montanha abaixo criando avalanches, parar de correr deixa de ser uma opção segura. Ou você se torna parte da avalanche, ou é soterrado por ela. Decrescimento só é uma opção enquanto puder dinamizar ainda mais os negócios. Só vale a pena se gerar mais possibilidades de lucro.

Mostrar uma atitude ecologicamente correta se tornou algo necessário à sobrevivência da imagem social tanto de empresas quanto de indivíduos (que aos poucos se confundem nas redes). A ecologia se uniu ao desenvolvimento pessoal e à ética profissional. Agora falamos de energia ao invés de só matéria. As coisas mudam para continuar iguais. A ecologia atual aponta para a superação das limitações materiais do humano, num sentido biotecnológico. No seu conceito distorcido de holismo, ela mistura tudo num liquidificador pós-moderno, como mais um genuíno produto da pós-verdade.

O problema do nosso modelo de produção e consumo não é que vivemos num planeta finito. O planeta poderia ter recursos infinitos e o mesmo problema surgiria: o crescimento da produção leva à necessidade de consumir mais, que por sua vez tende a reduzir a vida ao consumo. Este modelo ameaça a vida seja com seu sucesso ou com seu fracasso, com ou sem limitações naturais. De certa forma, reconhecer que o planeta é finito pode ser muito útil para impedir que a força cega do mercado se destrua rápido demais pelo excesso de crescimento desgovernado. Mas essa consciência por si só apenas nos força a mudar os modos de apropriação para que o processo continue crescendo, crescendo de modo “sustentável”. Se a sustentabilidade se limita a racionar os recursos para manter o lucro, ela é tão ecológica quanto um câncer sustentável.

Quando toda mudança cultural só pode ocorrer por meio de uma produção cultural de massas, então a civilização venceu. Seria preciso mudar aquilo que produz a cultura em primeiro lugar. A educação é a solução? Transforme-a em mercadoria então. Com os educadores sob controle do mercado, a educação perde seu potencial de gerar mudanças sociais profundas. Não nos é apresentado nenhum meio viável para essa mudança, tudo que se diz é: “Temos que preservar o meio-ambiente”. Apela-se para a religião, sinal da profundidade da crise. Mas se o problema é encontrar um modo ecológico de ganhar todo o dinheiro que é ganho com a devastação da natureza, então se trata apenas de substituir os modos de produção de modo a preservar o sistema econômico e seu subjacente, o “ecossistema”. O problema central não deveria ser educar para preservação do meio ambiente enquanto fonte de recursos que alimentam a civilização. A degradação ambiental é uma consequência de um processo civilizatório que também degrada as relações humanas. Não é com base numa economia de lucro eficiente ou consciente que poderemos refletir sobre a condição humana, e não se trata de nada menos que isso.

Continuamos aderindo a diversas visões de mundo que não encontram um consenso sobre o problema humano. Elas podem ser coerentes com uma cultura que observa o problema do ponto de vista biológico, econômico, político, material ou pragmático, mas quando se fala de ser humano, o foco em geral fica restrito às condições materiais para a manutenção da civilização. Se esse foco não mudar, não iremos muito longe.

Referências:

Marina Mezzacappa. Outro sistema é possível? <http://www.comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edicao=36&id=432>

Carlos Vogt. O consumidor e o consumido. <http://www.comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edicao=36&id=433>

Ademar Ribeiro Romeiro. Crescimento econômico e meio ambiente. <http://www.comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edicao=36&id=435>

Biblioteca Anarquista



Contraciv
Contra o eco-consumismo
11/06/2019

<https://contraciv.noblogs.org/contra-o-eco-consumo/>

bibliotecaanarquista.org