



FIGURA 01: **Imagem retirada da internet.** Disponível em: https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fbrasilescola.uol.com.br%2Fo-que-e%2Fhistoria%2Fo-que-e-integralismo.htm&psig=AOvVaw2E_zkTPjdzaf49UNFF9f_&ust=1668979193325000&source=images&cd=vfe&ved=0CBAQjRxqFwoTCNjJzJ2Wu_sCFQAAAAAdAAAAABAD

FIGURA 02: **Imagem retirada da internet.** Disponível em: https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.infoescola.com%2Fhistoriadorasil%2Fintegralismo%2F&psig=AOvVaw3BoOYu4jAbWjYM3BJJqWyG&ust=1668979313271000&source=images&cd=vfe&ved=0CBAQjRxqFwoTCOjw69GWu_sCFQAAAAAdAAAAABAD

DA INSATISFAÇÃO DOS DESEJOS À SOCIEDADE DO CONSUMO: UMA REFLEXÃO SÓCIO-FILOSÓFICA

Gabriel Andrade de Freitas
Aluno do Curso de Licenciatura em História (CFP- UFCG)
e-mail: gabrielalvesfre@gmail.com

Antunes Ferreira da Silva
Mestre em Filosofia (UFPB)
Professor de Filosofia (ETSC-CFP-UFCG)
e-mail: antunnes_ferreira@hotmail.com

RESUMO: O presente texto é uma pesquisa teórico-bibliográfica que trata da associação teórica, entre a insatisfação permanente dos desejos (segundo o pensamento do filósofo alemão Arthur Schopenhauer) e à saciação destes desejos, mais especificamente com a criação da sociedade de consumo (segundo o pensamento do sociólogo francês Jean Baudrillard). Por um lado, o voluntarismo schopenhaueriano expõe que a felicidade é algo puramente imaginário, jamais realizável por qualquer humano, uma vez que somos regidos pela Vontade (um ímpeto que constitui todos os seres do Universo) que cria, especificamente nos humanos, um desejo jamais saciável, uma vez que nos encontramos presos em um ciclo eterno de desejo-saciação-tédio. Por outro lado, após a Revolução Industrial, ao se estabelecer o modo de produção capitalista, se cria a necessidade de compra do que se é, através dele, produzido.

Palavras-chave: vontade; desejo; felicidade; consumo; cultura.

1 INTRODUÇÃO



A presente proposta de iniciação científica constitui-se de uma pesquisa teórico-bibliográfica acerca de dois temas com bastante proximidade, mas cuja relação permanece ainda pouco estudada. Trata-se da associação, ao menos teórica entre a insatisfação permanente dos desejos (segundo o pensamento do filósofo alemão do fim do século XVIII Arthur Schopenhauer) e à saciação destes desejos, mais especificamente com a criação da sociedade de consumo (segundo o pensamento do sociólogo francês do século passado Jean Baudrillard). Objetivando explicitar as conexões existentes entre estes conceitos, esta pesquisa apoia-se nos escritos dos autores citados e de alguns comentaristas, a ser construído, pois, como um diálogo entre o filósofo e o sociólogo. Se, por um lado, o voluntarismo schopenhaueriano evidencia o caráter secundário da razão, ao expor que a felicidade plena é algo puramente imaginário, jamais realizável por qualquer humano, uma vez que somos regidos pela Vontade (um ímpeto que constitui todos os seres do Universo), tal ímpeto cria, a partir de sua racionalidade, especificamente no humanos, um desejo que jamais poderá ser saciado, pois nos encontramos presos em um ciclo eterno de desejo-saciação-tédio (ou seja, desejamos algo e sempre que obtemos o fruto do desejo, logo após, caímos no tédio que abre espaço para um novo desejo, e assim ao infinito). Por outro lado, após a Revolução Industrial, o modo de produção capitalista, ao se estabelecer, cria a necessidade de compra do que se é, através dele, produzido. Deste modo, nossa sociedade contemporânea se estabelece num consumismo exacerbado e bens, produtos e serviços, o que o sociólogo citado chama de sociedade de Sociedade de Consumo. Facilmente se contata um significativo aumento no surgimento/produção de bens, produtos e serviços, resultado de uma sociedade que cultua e admira o novo e acaba por favorecer esse surgimento, em uma velocidade altíssima, de novos objetos.

2 INSATISFAÇÃO DOS DESEJOS E A VONTADE: UMA REFLEXÃO A PARTIR DE ARTHUR SCHOPENHAUER

2.1 Voluntarismo filosófico

O voluntarismo, como é vulgarmente descrito, pode ser entendido como o ato de se doar ao outro em prol de algo maior. Porém dentro da lógica filosófica, pode ser compreendido como “regido pela vontade”, essa por sua vez possui diferentes significados, variando de acordo com



a abordagem e perspectiva do autor em questão. Juntamente com ela o termo voluntarismo está passível a ressignificações.

O termo é geralmente utilizado em duas diferentes interpretações. A primeira, gnosiológica, desenvolvida por Henrique de Gand que, tendo vivido durante o século XIII, toma como base a sobreposição da vontade (entendida como emoção ou atos voluntários e intencionais do sujeito) sobre o intelecto ou a razão. A segunda interpretação, também chamada metafísica da Vontade, iniciada por Arthur Schopenhauer, tem em mente que a Vontade sobrepõe-se à razão. Porém vai mais adiante nesse raciocínio, compreendendo que a Vontade é a essência da realidade sendo una e ilimitada, apenas perceptível no tempo e espaço através de suas representações, nunca como coisa em si.

A concepção do termo “vontade”, como é popularmente descrita, remete-se primordialmente aos humanos e demais animais. Sendo comum ouvir frases que ressaltem a “vontade” como o querer desses seres; “Estou com muita vontade de comer batatas-fritas”; “O cachorro latiu durante toda a tarde, deve estar com vontade de passear”. Schopenhauer, por sua vez, compreende o querer dos membros do reino animal como apenas um dos muitos fenômenos da, denominada por ele, Vontade como coisa em si.

A Vontade, de acordo com Schopenhauer, consiste em um ímpeto desgovernado, o qual mesmo sendo uno e infinito, apresenta-se no tempo e espaço em diferentes fenômenos, também chamadas representações, esses por sua vez múltiplos e finitos, abrangido o meio inorgânico como o orgânico. Assim como está descrito por Bossert:

Meu corpo, como simples representação, é um objeto em tudo semelhante aos outros objetos que preenchem o espaço. Ora, eu constatei que meu corpo também pode ser conhecido de outra maneira, absolutamente diferente da intuição que eu designo pela palavra Vontade (2011, p. 175).

A teoria de Schopenhauer tinha como premissa a existência do em-si do mundo enquanto querer incessante, o qual denominou como Vontade. Não podendo ser percebida em sua totalidade, apenas enquanto objetivação, expressa no tempo e espaço em todos os seres e fenômenos, está passível a ser apreendida e significada por um sujeito, na relação sujeito e objeto denominada pelo filósofo de representação. Como afirma o filósofo:



Reconhecerá a mesma vontade como essência mais íntima não apenas dos fenômenos inteiramente semelhantes ao seu, ou seja, homens e animais, porém, a reflexão continuada o levará a reconhecer que também a força que vegeta e palpita na planta, sim, a força que forma o cristal, que gira a agulha magnética para o polo norte, [...] a própria gravidade que atua poderosamente em toda a matéria, [...] tudo isso é diferente apenas no fenômeno, mas conforme sua essência em si é para se reconhecer como aquilo conhecido imediatamente de maneira tão íntima e melhor que qualquer outra coisa e que, ali onde aparecer de modo mais nítido, chama-se Vontade (SCHOPENHAUER, 2005, p. 168).

O ser humano, mesmo pertencendo ao reino animal, possui uma capacidade cognitiva que transcende as dos demais seres. Tal capacidade ímpar lhe possibilita a produção e transmissão sólidas de conhecimento, características não presentes nos demais seres, as quais dão margem para que a espécie humana sobreponham sua vontade (enquanto espécie, mas não enquanto em-si do mundo) sobre as demais.

Da mesma forma que os fenômenos inorgânicos, membros pertencentes ao reino vegetal, além dos demais membros do animal, os humanos carregam consigo vontades correspondentes as suas possibilidades, sendo cada vez mais elaboradas e numerosas dependendo do grau da objetivação da Vontade. O humano, grau mais elevado de representação da Vontade, possuidor das mais numerosas carências, conseqüentemente os indivíduos que mais sofrem. Temática essa abordada na obra prima do filósofo:

O gênero humano, por dominar todas as demais espécies, vê a natureza como um instrumento de uso. Esse mesmo gênero humano, por dominar todas as demais espécies vê a natureza como um instrumento de uso. Esse mesmo gênero humano, porém... manifesta em si o próprio aquela luta, aquela auto discordância da Vontade da maneira mais clara e terrível quando o homem se torna o lobo do homem, *homo homini lúpus* (SCHOPENHAUER, 2005, p. 211-212, grifo do autor).

Assim como foi tratado anteriormente, a Vontade, de acordo com o pensamento de Schopenhauer, está expressa em todos os aspectos da realidade, dentre eles o que se sobressai é o humano, sendo esse o ser com maior capacidade de contemplação e domínio sobre as demais objetivações da Vontade.

Assim como os demais, o humano é guiado pela Vontade, o querer incessante, desde as atividades fisiológicas do corpo até suas paixões. Os indivíduos estariam presos em um ciclo infundável entre: querer, obter e entediar-se. Todos querem algo, esse querer traz consigo o sofrimento de não o ter, ao obter o alvo de seu desejo essa dor é substituída pela alegria, essa



momentânea e vazia. Logo abrindo espaço para o tédio, o sofrimento pela ausência da dor do querer.

Levando em consideração que o homem não busca apenas um algo, mas é guiado pelo querer incessante, sempre estará preso nesse ciclo. Como disse Schopenhauer:

Todo querer nasce de uma necessidade, portanto de uma carência, logo, de um sofrimento. A satisfação põe um fim ao sofrimento. A satisfação põe um fim ao sofrimento; todavia, contra cada desejo satisfeito permanecem pelo menos dez que não o são. Ademais, a nossa cobiça dura muito, as nossas exigências não conhecem limites; a satisfação, ao contrário, é breve e módica. Mesmo a satisfação final é apenas aparente: o desejo satisfeito logo dá lugar a um novo: aquele é um erro conhecido, este um erro ainda desconhecido (SCHOPENHAUER, 2005, p. 266).

2.2 A filosofia do sofrimento

Sendo esse ímpeto desgovernado, a Vontade não está sujeita às regras ou padrões, de forma que muitas vezes seus fenômenos, não percebendo que são em essência o mesmo, travam constantes embates uns com os outros, visando a preservação de sua existência como objetivação, em um mundo de conflitos e sofrimentos. Assim como descrito na obra *O Mundo como Vontade e representação*, Schopenhauer escreve:

Vontade como faminta. Sendo uma fome incessante e não havendo nada exterior a si, a Vontade teria de devorar incessantemente a si mesma; assim a Vontade possui uma auto discordância estrutural. [...]. Visto a Vontade é una, seu conflito interno só poderá aparecer através de seus fenômenos. Serão As forças naturais e os indivíduos, finitos e plurais, que entrarão em conflito na natureza: "...em toda parte da natureza vemos conflito, luta e alternância da vitória, e ai reconhecemos com distinção a discórdia essencial da Vontade consigo mesma...(SCHOPENHAUER, 2005, p. 211).

Tendo em mente que a vontade como coisa em si é um ímpeto incontrolável, de forma que suas representações herdariam tal característica, não possuindo um objeto de desejo mas sim deseja o todo. Estando sempre passível a tantos desejos quanto possíveis, mesmo saciando outros, conseqüentemente permanecendo infundavelmente a mercê da falsa satisfação e ao tédio. Abordagem confirmada por Schopenhauer no seguinte trecho:

Todo querer nasce de uma necessidade, portanto de uma carência, logo, de um sofrimento. A satisfação põe um fim ao sofrimento; todavia, contra cada desejo satisfeito permanecem pelo menos dez que não são. Ademais, a nossas exigências não conhecem limites; a satisfação, ao contrário, é breve módica. Mesmo a satisfação final



é apenas aparente: o desejo satisfeito logo dá lugar a um novo: aquele é um erro conhecido, este um ainda desconhecido... (SCHOPENHAUER, 2005, p. 266).

Essencialmente o passado e o futuro não existem, tendo em vista que são fatos prescritos ou meras possibilidades. De forma que no presente reside a realidade, constante busca pela satisfação, conseqüentemente também o sofrimento e tédio. Sendo os seres humanos, únicos fenômenos a perceber a passagem do tempo, potencialmente felizes no passado ou futuro.

Seja pela contemplação dos sofrimentos atuais, seguido pela nostalgia dos momentos pontuais de alívio já vivenciados, ou mesmo pelo vislumbre da possível satisfação proveniente de se alcançar determinado objetivo, os humanos encontram nessas situações um alívio momentâneo, os quais ao mesmo tempo evidencia o sofrimento vivenciado no agora. De forma que o ser humano nunca é realmente feliz, está sempre sonhando com as “glórias” passadas e mesclando-as com as possibilidades futuras. Mesmo quando atingido seus objetivos, logo é abatido pelo tédio o qual posteriormente é substituído por novas angústias:

3.2 A SOCIEDADE DE CONSUMO: UMA REFLEXÃO A PARTIR DE JEAN BAUDRILLARD

O termo consumo possui uma certa ambigüidade em sua etimologia, pois é derivado, por um lado, de *consumere* (que significa esgotar, usar tudo) e, por outro, de *consummation* (que significa construir, somar). Tal ambigüidade discrepante pode ser constatada historicamente. Durante a Grécia Antiga, período correspondente ao século XII a.C. até VI d.C., já se discutia os malefícios dos excessos, apego ao mundo material. Colocando em risco a integridade dos indivíduos enquanto sujeitos políticos, dedicados a prosperidade da *polis* ou seja ao coletivo, e agentes da contemplação, voltados a construção de conhecimento, características essas posta em risco pelo individualismo dos excessos.

A cultura, política e ideias da Grécia Antiga, principalmente da cidade de Atenas, reverberam até hoje na sociedade ocidental. Posteriormente na história, precisamente na realidade pré-moderna ocidental cristã, o consumo era tratado como um pecado, ainda possuindo conotação pejorativa. O Cristianismo, por sua vez, compreendia o trabalho juntamente com a entrega a fé como respostas para o individualismo do consumo, excessos da vida material. Dessa maneira, não apenas mantendo sentido negativo da materialidade,



buscando modificar o sentido original do termo trabalho, que derivado de *tripaluim* referia-se originalmente à tortura. Assim exaltando o esforço como algo louvável, atrelando esse a conduta ideal dos indivíduos.

A tradição cristã ainda é algo não apenas presente mas de extrema relevância para a cultura ocidental, dentre os ideais cristãos pode ser ressaltado o esforço. Não sendo raro ouvir expressões como: “tão trabalhador, triste que tenha morrido”; “trabalhava só para a família”; demonstrando que mesmo na morte de um indivíduo a dedicação para o trabalho, logo à prosperidade da coletividade, é ressaltada como uma qualidade ímpar.

Já dos séculos XVII a XVIII, período correspondente a Revolução Industrial, marcado pelo pensamento produtivista, pautado na coletividade das relações de trabalho, encavara o consumo como um mal necessário. Ainda encarado como algo negativo, porém fundamental para o escoamento dos frutos das relações produtivas.

Durante os séculos subsequentes o cenário acadêmico ocidental continuou sendo fortemente baseado na postura produtivista. Durkheim, sociólogo francês que viveu de meados do século XIX até iniciou do XX, por exemplo, compreendia o consumo como uma anomalia da sociedade, a qual, potencialmente, fragilizaria a coletividade proporcionada pelas relações de produção.

3.2.1 Consumo essencial e de supérfluos

A moralidade herdada do pensamento produtivista está presente na estrutura da sociedade ocidental pós-moderna. Também estando passível a apreensão através das relações entre indivíduos e objetos de consumo. O trabalho e conseqüentemente as interações por ele proporcionadas carregam consigo os ideais de empenho e precaução, logo do que seria considerado um membro produtivo da sociedade, o qual colabora para a manutenção das estruturas vigentes. Já o consumo continua sendo percebido como algo nocivo, sendo necessário o desenvolvimento de normas que o legitimem.

Podendo-se dividir os objetos de consumo em essenciais e supérfluos. Quando objeto x ou y rompe a barreira do necessário, infringindo as anteriormente citadas normas de legitimidade, conseqüentemente a moralidade do grupo social ao qual pertence, são considerados como dispensáveis, gerando culpa aos indivíduos que usufruem desses bens.



Visando justificar o injustificável, desenvolvem-se discursos voltados a legitimar o consumo de supérfluos: “comprei porque estava em promoção”; “nunca pensei que chegaria a esse preço, aproveitei e comprei”; “o meu anterior já estava bem gasto, precisei comprar um novo”; quando não se encontra meios de justificar, resta o “eu mereço” como última tentativa de legitimação.

O que esses e os demais argumentos indicam é a existência de um eixo compensatório no qual o trabalho, dedicação, senso de economia e oportunidade, entre outros valores moralmente legítimos, podem neutralizar a falta de legitimidade da compra supérflua (BARBOSA, 2006, p. 15).

Objetos de consumo essenciais, como sua denominação transmita, são fundamentais para o sujeito. Em um primeiro momento, pode-se atribuir a esse grupo de bens de consumo voltados a manutenção das funções fisiológicas dos indivíduos, conseqüentemente a preservação da espécie, podendo ser citadas: abrigo do tempo, roupas e alimentação. Tendo em vista que indivíduos se vestem, comem e moram de diferentes maneiras ao redor do mundo, existem fatores que determinam essas variações, sejam eles: políticos, culturais ou mesmo aspectos físicos da região.

Mesmo questões aparentemente comuns entre grupos de indivíduos possuem suas particularidades, variando de acordo com as relações construídas entre os membros de seu respectivo grupo social. Apenas as diferenciações já citadas, acarretaria em um amplo leque de possibilidades quanto ao que poderia ser considerado como essencial. Porém, o ser humano não limita suas necessidades à mera preservação da vida, conseqüentemente da espécie, busca pela identificação como membro legítimo da sociedade. Participação social, política e cultural, assim reafirmando a identificação do sujeito como membro da sociedade, fatores fundamentais para o indivíduo pós moderno. Ainda se tratando da participação, seja: política, social ou cultural, irá novamente variar de acordo com o grupo social em questão. Assim ampliado, o já vasto leque de objetos de consumo potencialmente essenciais.

3.2.2 Indivíduo enquanto consumidor e mercadoria

Durante a pós modernidade, principalmente com o firmamento da *internet*, ferramenta que facilita a coleta de dados considerados úteis para o mercado, os sujeitos vem sendo



classificados a partir de seu valor para a sociedade de consumo, tanto como: produtor, consumidor e mercadoria.

Quanto maior o poder de compra, juntamente com a utilização desse, tem um grupo ou ser, mais valioso é para o consumo. O cartão de crédito, por sua vez, é a perfeita constatação da afirmação anterior: possibilita que seu portador tenha possibilidade de consumir em estabelecimentos que aceitem essa ferramenta, não necessariamente tendo dinheiro para tal naquele momento. Livrando o consumidor da obrigação de quitação das dívidas, ao menos no momento da aquisição do produto ou serviço, as quais poderão ser realocadas para o final do mês ou meses subsequentes. A partir do uso recorrente do cartão, juntamente com a quitação das dívidas adquiridas pelo uso deste, o crédito que representa poderá ser ampliado, proporcionado que o utilizadores dessa ferramenta consumam cada vez mais.

O valor de um indivíduo para a sociedade não se limita à sua figura enquanto consumidor, mas também enquanto mercadoria. A partir do momento que o sujeito adentra efetivamente no mercado de trabalho, ingressa na sociedade enquanto profissional, não tendo sua finalidade, para o mercado, apenas com agente de consumo. Nesse sentido, os sujeitos são ao mesmo tempo produtores, independente da área de atuação, como mercadoria, em busca de provar seu valor para o mercado almejando ser consumidos, absorvidos pelo mercado.

As pessoas, físicas ou jurídicas, são responsáveis pela manutenção de seus respectivos valores de mercado. Indo desde procedimentos visando a preservação da aparência, seja de um indivíduo ou ambiente físico que represente a empresa, até cursos preparatórios, visando ampliar a o leque de funcionalidades enquanto profissional ou empresa. Tendo as informações discutidas anteriormente, pode-se enquadrar o próprio Estado como a mercê dessa estrutura, podendo-se comparar o investimento na educação aos cursos preparatórios e com as propagandas visando enaltecer os pontos positivos e mascarar as mazelas do país, como tentativa de embelezamento, tornando-se mais aprazível para investimentos externos. Tendo como constante a busca por destaque, conseqüente a manutenção desse na estrutura competitiva da sociedade contemporânea.

Assim como qualquer outra mercadoria, ao menos na perspectiva da sociedade de consumo, os indivíduos tem como objetivo serem apreendidos por compradores em potencial, nesse caso serem empregados por empresas privadas ou estatais. O valor dos profissionais está



diretamente relacionado a promessa de satisfação ao consumir, propaganda por traz do produto, valor que o potencial comprador, podendo também ser chamado empregador, está disposto a pagar, fator esse também ligado a promessa de satisfação.

Baumam identificava o empregado, sujeito enquanto produtor e mercadoria, ideal como sendo um trabalhador flexível, o popularmente chamado como “pau para todo obra”, conforme observa-se na citação a seguir:

O empregado ideal seria uma pessoa sem vínculos, compromissos ou ligações emocionais anteriores, e que evite estabelecê-los agora; uma pessoa pronta a assumir qualquer tarefa que lhe apareça e preparada para se reajustar e refocalizar de imediato suas próprias inclinações[...]; além de tudo, uma pessoa que deixará a empresa quando não for mais necessária, sem queixa nem processo (BAUMAN, 2008, p. 17-18).

3.2.3 Mercantilização das relações humanas

Os seres humanos vêm sendo constantemente mimados pela sociedade de consumo. Empresas, buscando simular um ambiente propício ao consumo, utilizou-se do advento da *internet* para tal. Através do uso de aparelhos como computadores e *smartphones*, compradores em potencial podem, mesmo estando em seus reconfortantes lares, ter acesso a um oceano de possibilidades para a utilização de seu dinheiro.

Produtos e serviços, antes inalcançáveis, agora acessíveis ao passo de um clique. Valores mais acessíveis, comodidade durante a compra e frete grátis são alguns dos fatores citados ao se justificar as compras *online*. Porém, mesmo sendo pouco citado, a insegurança por parte do consumidor constitui um dos principais fatores que incentivam essas compras.

Nunca vai acontecer de um inadvertido trejeito em meu rosto ou uma vacilante mas reveladora expressão de desejo deixar vaziar e trair para a pessoa do outro lado do diálogo um volume maior de meus pensamentos ou intenções mais íntimas do que eu estava preparado para divulgar (BAUMAM, 2008, p. 25).

Esses simulacros são utilizados em todas as vertentes do mercado, da comercialização de imóveis a relacionamentos. A ideia da mercantilização de relacionamentos pode parecer absurda, porém ao ater-se aos *sites* de encontro, essa afirmação tornando-se bastante concreta. Nesses espaços, os indivíduos, enquanto consumidores, estão livres do olhar do outro, protegidos pelas telas de seus aparelhos, livres para despir com seus olhares os indivíduos,



mercadorias, ali expostos, esses, por sua vez, reduzidos a satisfazer os desejos do consumidor. Convertendo os sujeitos em mercadorias ideias, as quais os seres humanos foram acostumados.

Os tipos de mercadorias com as quais foram treinados a se sociabilizar são para tocar, mas não têm mãos para tocar, são despidas para serem examinadas, mas não devolvem o olhar nem requerem que este seja devolvido, e assim se abstêm de se expor ao escrutínio do examinador, enquanto placidamente se expõem ao exame do cliente (BAUMAN, 2008, p. 23).

3.2.4 Prejuízos gerados pela sociedade de consumo

Inegavelmente, a sociedade de crescimento, também chamada de sociedade de consumo, é geradora de poluição das águas, do ar, como também da cultura. Podemos citar outras produções de prejuízos: produção de ruídos ensurdecedores; destruição de espaços visando a construção de equipamentos e estruturas. Visando a manutenção da estrutura vigente, são criadas instituições para remediar os danos gerados por ela própria.

A indústria de bebidas alcoólicas, por exemplo, gera diversas conturbações para a sociedade: dependência por parte dos indivíduos, prejudicando suas capacidades, potencialmente gerador de conflitos em uma das instituições, dita, como mais importantes para a sociedade, a família; responsável por acidentes automobilísticos, quando pouco influenciam para tal. Porém, mesmo tendo em mente as problemáticas citadas, além de outras, a vertente de mercado responsável pela produção, distribuição e propaganda desse produto não é barrada, quando muito é levemente regulamentada.

Gerando um ciclo infundável, no qual, visando a manutenção do lucro proporcionado pela comercialização dessa mercadoria, gerasse diversas problemáticas a serem, nunca resolvidas, remediadas, tendo em vista que não buscasse combater a problemática apenas seus sintomas. O discurso utilizado anteriormente não se vale apenas para o álcool, mas para inúmeras facetas da sociedade de crescimento automóveis, pesticidas, massificação da cultura, proporcionado um grande acúmulo de estresse para a humanidade e suas relações.

Necessita-se de mais tempo para se recriar e reciclar, recuperar e compensar o desgaste psicológico e nervoso, reciclar, para recuperar e compensar o desgaste psicológico e nervoso causado por múltiplos danos: trajeto domicílio/trabalho, superpopulação, agressões, *stress*, contínuos. Em última análise, o preço mais elevado



da sociedade de consumo é p sentimento de insegurança generalizada que ela engendra (BAUDRILLARD, 1995, p. 35).

Devido aos constantes prejuízos, a sociedade de crescimento se vê obrigada a implantação de políticas sociais, visando justificar os males que gera. Em um primeiro momento pode-se apontar as ações dos estados: educação, saúde e segurança. Porém existem empresas que participem de ações beneficentes, visando à melhoria e manutenção de suas imagens perante o público. Mesmos os malefícios são encarados como meios de impulsão e lucro para a sociedade de crescimento.

A baixa luminosidade da atmosfera em Paris em 30%, e, durante cinquenta anos, residual e inexistente aos olhos contabilistas. Mas se ela originar maior despesa de energia elétrica, de lâmpadas, de óculos, etc, então já existe e manifesta-se logo como aumento de produção de riqueza social. Todo ataque restrito ou seletivo ao princípio sagrado da produção e do crescimento provocaria o horror do sacrilégio (BAUDRILLARD, 1995, p. 36).

3.2.5 Desperdício

A partir de uma perspectiva moralista, o desperdício nunca foi visto como algo positivo. Sendo atrelado a ideia de excesso, apego ao material. Porém o termo desperdício pode ser compreendido como um meio de reafirmação de identidade, seja de um sujeito ou grupo. Transcendendo o consumir visando a manutenção da vida, sobreviver, mas sim a busca por reafirmar um estilo de vida, diferenciação entre indivíduos e grupos sociais.

Todas as sociedades desperdiçam, dilapidaram, gastaram e consumiram sempre além do estrito necessário, pela simples razão de que é no consumo do excedente e do supérfluo que, tanto o indivíduo como a sociedade, se sentem não só existir, mas viver (BAUDRILLARD, 1995, p. 38).

A lógica do desperdício não reside apenas na esfera do consumo, mas também na produtiva. Os produtos são concebidos visando o excesso, assim sempre gerando a manutenção dos preços e a procura por esses. Eletrônicos, por exemplo, são construídos e melhorados constantemente, de forma que satisfaçam os desejos dos compradores e abram espaço para os novos serem desejados e conseqüentemente consumidos, mesmo os primeiros estando em plenas condições de uso.



3.2.6 A sociedade de consumo e a desigualdade

Independentemente da perspectiva, pode-se partir do consenso que a sociedade de crescimento, pautada na produção e consumo desenfreado, é geradora de desigualdades. Porém, a questão é se, mesmo a longo prazo, seja um caminho para a igualdade. Considerando que os males que afligem o meio sejam externos à estrutura, sejam meros incidentes, mesmo danosos sejam meras inconsistências, as quais a longo prazo serão expurgadas. A produção chegaria em tão ampla escala que a própria ideia de desigualdade não faria sentido.

Essa perspectiva, mesmo que calorosa, mostra-se frágil quando se sabe que atualmente a produção de alimentos excede o necessário para satisfazer a demanda mundial, mas mesmo tal excesso de produção não é suficiente para sanar problemas estruturais, sendo a fome uma lastimável preocupação em diversas regiões do mundo. Sendo mais palpável a segunda opção:

[...] o sistema só se aguenta por meio da produção da riqueza e da pobreza, de idêntico número de insatisfações e de satisfações, de prejuízos e de progressos. A sua única lógica é sobreviver e, neste sentido, a respectiva estratégia é manter a sociedade humana sobre falso e em perpétuo déficit. Sabe-se muito bem que o sistema tradicionalmente e de modo sistemático lançou mão da guerra para sobreviver [...] (BAUDRILLARD, 1995, p. 54).

O crescimento pode ser considerado como ferramenta de manutenção da estrutura social. Podendo, a desigualdade, ser comparada a um ciclo vicioso, fundamental para a preservação dos privilégios das camadas mais abastadas. Diferentemente de um trecho conturbado de uma estrada com um final miraculoso, muito semelhante a um labirinto sem saída.

O consumir, quando reduzido a mera relação utilitária entre os compradores em potencial e produtos, implica em desconsiderar a simbologia carregada pelos serviços e produtos. Nesse sentido pode-se abordar o consumo a partir de dois principais pontos: a) comunicação, segundo o qual o consumo consiste em códigos específicos, os quais transmitem mensagens para a sociedade em que está inserida e b) diferenciação, a qual pode ser entendida como a busca por identificação através do consumo, como o uso dos padrões de consumo dos indivíduos visando a manutenção da estrutura das classes sociais.



[...] nunca se consome o objeto em si (seu valor de uso) - os objetos de (no sentido lato) manipulam-se sempre como signos que distinguem o indivíduo, quer filiando-o no próprio grupo tomado como referência ideal quer demarcando-o do respectivo grupo por referência a um grupo de estatuto superior (BAUDRILLARD, 1995, p. 60).

A produção em massa e o escoamento dos bens de consumo manufaturados, juntamente com a prestação de serviços, possibilitou que membros de camadas menos favorecidas da comunidade tivessem acesso a esses itens. Fazendo-se necessário a existência de outros métodos para distinção entre os mais e menos abastados, visando assim a preservação do poder das camadas mais ricas. Nesse sentido a segregação não sumiu apenas foi deslocada. Espaço, tempo livre, ar puro, silêncio, conhecimento, devido ao atual cenário caótico das grandes metrópoles, tornaram-se artigos de luxo. O conhecimento sendo essencial para compreensão do valor social que os objetos de consumo, juntamente como a maneira de utilização, exprimem.

As relações utilitárias entre os seres humanos e objetos de consumo trazem consigo uma eminente saturação. Já a busca por diferenciação, aquisição de significados, é potencialmente insaciável. A estrutura social contemporânea é pautada na hipótese de um constate discrepância entre as necessidades de diferenciação e aumento da produtividade. Apagando-se a ideia que a produção nunca corresponderá as necessidades a serem atendidas, justificando a intensificação dos meios de produção e consumo, logo da sociedade de crescimento em si.

Almejando a prevalência da sociedade de crescimento, o sistema deve conduzir não apenas a produção mas o escoamento da mesma. Condicionamento de necessidades, através, principalmente da publicidade busca-se estabelecer padrões de consumo a serem aprendidos. Vede-se a ideia que consumir produtos manufaturados, logo padronizados, gera afloramento da identidade de sujeitos ou grupos sociais. A dita diferenciação, proposta pela sociedade de crescimento, consiste meramente em seguir códigos, sequência de símbolos. Onde antes imperava a inconsistência, agora reside a diferenciação, a qual mesmo possibilitando a definição de fronteiras entre grupos, tente a anular a inconstância presente na personalidade dos indivíduos.

As diferenças reais que marcavam as pessoas transformavam-nas em seres contraditórios. As diferenças personalizadas deixam de opor os indivíduos uns aos outros, hierarquizam-se todas numa escala indefinida e convergem para modelos [...]. De tal maneira que diferenciar-se consiste precisamente em adaptar determinado



modelo, em qualificar-se pela referência a um modelo abstrato, em renunciar assim a toda diferença real [...] (BAUDRILLARD, 1995, p. 88).

A dita liberdade dos indivíduos, tão difundida pelos meios de comunicação, reside nas opções de consumir, maneiras para deletar-se sobre os excessos do mundo material, sempre contribuindo como preservação da sociedade de crescimento. Não existindo margem para a possibilidade do não consumir. A sociedade cada vez mais reforça o egoísmo, entrega ao apego material, característica necessária ao consumidor, ao mesmo tempo que o repreende, por ser moralmente nocivo as relações de coletividade do trabalho. O humano encontra-se numa eterna contradição, sendo constantemente requerido como trabalhador e consumidor.

4 CONCLUSÃO

O presente texto buscou correlacionar duas temáticas, as quais mesmo não sendo frequentemente discutidas em conjunto, estão intimamente relacionadas. A constante insatisfação dos desejos, a partir da perspectiva do filósofo Arthur Schopenhauer, e a formação da sociedade de consumo, tendo como base os textos do sociólogo Jean Baudrillard. Visando discutir e compreender as ideais propostas pelos estudiosos citados, assim como suas relações, proporcionado pelo incentivo à pesquisa acerca das temáticas trabalhadas.

Schopenhauer compreendia a realidade enquanto Vontade, sendo esta a coisa em si do mundo. Ímpeto desgovernado e insaciável presente em todos os aspectos da realidade, apenas sendo percebido no tempo e espaço como fenômeno. Gerando constantemente conflitos pautados na busca pela imposição das vontades particulares umas sobre as outras.

A Vontade deixa os indivíduos à mercê de um infundável ciclo de sofrimento: 1- desejar, logo sofrer pela ausência do almejado; 2- alegria momentânea, gerando pela breve sensação de saciedade ao obter-se o objeto de desejo; 3- tédio, ausência do desejar tendência natural dos fenômenos. Uma vez que tal ciclo chega na última fase, ele está fadado ao recomeço. Isso é infundável. Dentre os mais variados graus de objetivação da Vontade, destaca-se o ser humano que, devido a sua capacidade cognitiva ímpar, permanece igualmente passível aos mais diversos desejos, conseqüentemente ao sofrimento.

Partindo de uma perspectiva menos crítica, a sociedade de consumo pode ser compreendida como essencialmente positiva. Entendendo a desigualdade socioeconômica



como mero fator externo, quando muito apenas danos momentâneos a serem posteriormente reparados pela própria estrutura socioeconômica. Jean Baudrillard buscou analisar e compreender a estrutura da sociedade pós-moderna, assim como as relações socioculturais e econômicas que a compõe. Abordando a sociedade de consumo como uma estrutura que sempre presa por seu desenvolvimento e manutenção. Tomando, até mesmo, os prejuízos gerados por ela como meio de impulsionar seu desenvolvimento. Partido dessa premissa, o sociólogo abordado analisa as relações humanas dentro dessa lógica voltada ao desenvolvimento econômico, mesmo que em detrimento ao humano.

Não é possível afirmar que a teoria de Arthur Schopenhauer, que faleceu cerca de sessenta anos antes do nascimento do sociólogo, tenha influenciado as ideias de Baudrillard. Devido à distância cronológica e geográfica, o filósofo alemão sequer vivenciou efetivamente a revolução industrial, elemento fundamental para o desenvolvimento do pensamento de Baudrillard. Entretanto, se não é possível afirmar tal influência, igualmente não é possível inferir que não haja nenhuma semelhança ao nível de base argumentativa entre o sofrimento causado pelo ciclo sem fim de desejos e o consumismo contemporâneo.

O consumismo, por sua vez, também essencial para os estudos do sociólogo e de seus comentadores, pode ser entendido como produto da vontade discutida pelo filósofo alemão. Sendo o consumo a ressignificação pós-moderna do ciclo de desejo abordado por Schopenhauer, o que torna tal estudo significativo em função de aproximar, ao menos nos vieses comparativo e expositivo, as proximidades existentes entre tais pensamentos.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, Lívia. **Cultura consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Planète, 1995.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**. Rio de Janeiro: Suprema, 2008.
- BOSSERT, Adolphe. **Introdução a Schopenhauer**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2011.
- SCHOPENHAUER, Arthur. **O mundo como vontade e representação**. Tradução Jair Barboza. São Paulo: UNESP, 2005.