

A moralidade da globalização

THE MORALITY OF
GLOBALIZATION

LA MORALIDAD DE LA
GLOBALIZACIÓN

▶ Dora Porto*



▶ **O76**
Bioética

▶ Fecha Recepción: Abril 13 de 2010

▶ Concepto Evaluación: Junio 4 de 2010

▶ Fecha Aceptación: Noviembre 9 de 2010

* Antropóloga, especialista em bioética, doutora em Ciências da Saúde pela Universidade de Brasília, Distrito Federal, Brasil. É editora executiva da *Revista Bioética do Conselho Federal de Medicina Brasileiro* (CFM) e assessora da Rede Latinoamericana e do Caribe de Bioética, da UNESCO. Endereço postal: SQS 204, bloco G, apto. 205, Brasília, Distrito Federal, Brasil. CEP 70234-070. Endereço eletrônico: doraporto@gmail.com

► **RESUMEN**

El artículo reflexiona sobre el proceso de la globalización y los impactos del consumo en las sociedades contemporáneas, estableciendo relación entre este fenómeno y los procesos culturales y sociales de la construcción de la identidad así como respecto del sentido de pertenencia del individuo en estas mismas sociedades.

► **Palabras Clave**

Conciencia, Ego, Ética Moral, Bioética.

► 077

► **ABSTRACT**

The article reflects on the process of globalization and the impacts of consumption in contemporary societies, establishing relationship between this phenomenon and the cultural and social processes of identity construction and in respect of ownership of the individual in these societies.

► **Key Words**

Consciousness, Ego, Moral, Ethics, Bioethics.

► **RESUMO**

No artigo se reflete sobre o processo de globalização e os impactos do consumo nas sociedades contemporâneas, relacionando esse fenômeno com os processos culturais e sociais de construção da identidade bem como com a noção de pertencimento nestas mesmas sociedades.

► **Palavras Chave**

Bioética, consciência, ego, ética, moral.

A indústria moderna transformou a pequena oficina do mestre-artesão patriarcal na grande fábrica do capitalista industrial. Massas de operários, aglomerados nas fábricas, são organizadas militarmente. Como simples soldados da indústria, são postos sob a vigilância de uma completa hierarquia de suboficiais e oficiais. Não são apenas servos da classe burguesa, do Estado burguês, mas são também, a cada dia e a cada hora, escravizados pela máquina, pelo capataz e sobretudo pelo singular burguês fabricante em pessoa. Tal despotismo é tão mais mesquinho, odioso e exasperador quanto mais abertamente proclama ser o lucro seu objetivo último.

Marx & Engels (2001: 52)

Falar sobre a globalização não é uma tarefa fácil. Afinal, desde que se constatou o surgimento do fenômeno, bilhões de palavras em milhares de textos têm buscado explicá-lo. Complica a tarefa, o propósito deste trabalho, que é discorrer sobre a moralidade que subjaz e condiciona a reprodução da globalização, que vai além da simples descrição e do apontar seus efeitos e consequências na realidade.

As informações levantadas sobre o assunto mostraram-se bastante contraditórias. Uma parte dos trabalhos aplaude o fenômeno, considerando-o o ápice da conquista tecnológica, capaz de suprimir arcaicos limites de tempo e espaço; obstáculos dados pela natureza, que sempre dificultaram as trocas humanas. Em contrapartida, uma grande quantidade de textos critica a globalização referindo-se a ela como processo excludente, que maximiza as assimetrias sociais, enfatizando as desigualdades entre pessoas, grupos, segmentos, populações e, até mesmo, entre países, que decorre de seu potencial para produzir e ter acesso às ferramentas que permitem a inserção, de fato, no contexto globalizado (Santos, 2006).

Para boa parte dos ideólogos, os que acreditam na ideia de progresso, a globalização é vista como fenômeno extremamente positivo. Uma expansão do mercado, *que é o novo nome do capitalismo* (como, ironicamente, aponta Eduardo Galeano), capaz de alcançar toda a Terra que, assim, se interliga por redes reais e virtuais de trocas: de informações, produtos e serviços. Tal aparato indicaria a libertação dos seres humanos de seus limites e contingências naturais, possibilitando-lhes alçar voo em direções até então insuspeitadas. Entretanto, para aqueles que ainda teimam em perceber as consequências

sociais da vida econômica e cultural, a globalização estaria revelando um lado mais nefasto: a dissolução do cidadão sob a égide do consumidor, personagem com poder supremo nessa nova ordem (Bauman, 2008). Para estes ideólogos, a corrida pelo lucro apequenou o ser humano tornando-o refém do mercado (Chomsky, 1999; Bauman, 2008; Santos, 2006).

Essas duas perspectivas têm em comum a tecnologia. Endeusada ou demonizada, é o ponto de contato desta dialética. Porém, embora as transformações na percepção e modos de vida tenham sido gritantes sob o impacto da tecnologia que engendrou a globalização, sua moralidade não difere basicamente daquela que caracteriza a era que a precedeu: a industrialização. Ambas visam o lucro. A diferença entre elas é, principalmente, uma questão de escala.

Como apontam Marx e Engels (2001: 52), a industrialização trouxe a dissolução da produção local e dos modos de vida a ela relacionados. A globalização acentua esse processo estendendo-o a (quase) todo o planeta. Aniquila as fronteiras dos estados nacionais, que se revertem em simples espaço propício à implantação das indústrias (Muraro, 1993), conforme se comprometam a garantir o maior lucro, pelo fornecimento de mão de obra barata, por legislações que assegurem a mais valia, pela isenção de impostos e pelo transporte rápido e seguro das mercadorias.

De fato, a tecnologia de comunicação e transporte, desenvolvida no século XX, parece um nítido divisor de águas, que inaugurou uma era marcada por mudanças que se processam em velocidade exponencial (Muraro, 1991; Santos, 2006). No mundo real, pessoas e coisas são levadas a todas as partes do planeta em velocidade até muito pouco tempo atrás inimaginável. No espaço virtual, as vozes, a palavra escrita e as imagens materializam-se à distância, obliterando o contorno das potencialidades humanas, que circunscreviam a proximidade ao alcance do olhar e da voz, cujo ressoar poderia transpor, no máximo, à distância na qual se propaga um grito. O capital, essa entidade abstrata que identificamos com a riqueza e o papel moeda, também trafega nessa onda virtual propiciada pelos meios de comunicação, tornando-se mais volátil do que nunca. Na verdade, a lógica do capital tem configurado o substrato para todas as transformações possibilitadas pela tecnologia.

Mas, para ter a certeza sobre a pertinência de tomar a identidade entre a industrialização e a globalização, como hipótese heurística, e definir que ambos reproduzem a mesma moralidade, o lucro a qualquer preço, há que

apontar outros elementos comuns que permitam tal identificação. O fato dos dois processos derivarem do surgimento da economia de escala, do desenvolvimento de técnicas de produção em série, parece estabelecer a necessária interface econômica entre eles, além de apontar a unicidade no próprio modo de produção (Muraro, 1991; Santos, 2006). Pela perspectiva da História, também se poderia pressupor que se trata de um mesmo e único processo, um *continuum* temporal que vem se desenvolvendo e consolidando ao longo dos últimos dois séculos (Muraro, 1991; Santos, 2006). A Geografia corrobora tal pressuposto associando tanto a Revolução Industrial quanto a globalização ao maciço deslocamento populacional para as cidades e às transformações daí resultantes (Muraro, 1991; Santos, 2006). Portanto, desde qualquer dessas perspectivas, pode-se pensar industrialização e globalização como etapas de um mesmo processo, resultante da intensificação da economia de escala.

Se a industrialização acentuou o êxodo rural, atraindo milhares às cidades, sob a globalização esse fenômeno se intensificou. A vida urbana alterou definitivamente sua característica relacional e o espaço deixou de ser partilhado por todos, passando a ser dividido entre desconhecidos. Nesse contexto, a ideia de coletividade vai ruindo lentamente, deixando de remeter-se um todo articulado (Bourdieu, 1998). As referências culturais autóctones se perdem, submergindo sob o impacto avassalador dos novos comportamentos de massa, instilados pela globalização. A existência nessas condições abre o flanco ao domínio do mercado globalizado que, onipresente, impõe-se como poder absoluto.

O individualismo floresceu nesse deserto relacional, no qual pequenas famílias nucleares tentam manter seus laços, que se afrouxam dia-a-dia, corroídos pela alienação viciosa dos meios de comunicação. Os processos de construção de identidade até então vigentes, baseados em sexo, idade, relações de parentesco, também foram alterados e vem deixando, paulatinamente, de fazer sentido, especialmente naquelas sociedades em que o acesso à tecnologia e ao consumo é amplo e irrestrito.

Apontei em trabalhos anteriores a relação intrínseca entre tecnologia e ideologia (Porto, 2006). Como a tecnologia é produzida pelo mercado, seu uso perpetua a ideologia que a enseja. Ao olhar o uso podemos ver nitidamente as características da moralidade que está sendo forjada. Evidencia-se, assim, como o uso da tecnologia constrói a realidade social da globalização: pelo aumento da desigualdade de direitos entre populações

humanas ou pela garantia desses mesmos direitos para todos. É justamente esse tópico que exploro nesse texto: o ponto no qual a tecnologia se transforma em ideologia pela ação humana.

GLOBALIZAÇÃO: UMA ENTIDADE ABSTRATA?

Se é difícil entender um processo no momento mesmo em que o estamos experimentando, muito mais complicado é tentar deslindar as razões que determinam os juízos morais, a ele subjacentes. Como ocorre com a globalização. Sentimos seus efeitos na realidade cotidiana e até percebemos o quanto a tecnologia reconfigura os limites dessa realidade, mas somos quase incapazes de articular a ligação entre as circunstâncias que experimentamos e os fatos que cotidianamente nos são apresentados em profusão. Assim, cada um de nós tem a nítida sensação de que nossa ação individual perde-se num oceano no qual somos apenas partículas d'água, sem maior poder ou expressão. Projetamos a ideia de que a globalização é uma entidade abstrata que se conforma além de nossa ação individual. Acreditamos piamente que opera independente de nossa vontade e alheia à nossa determinação.

Entretanto, essa sensação pode não refletir exatamente a verdade. Para provocar a reflexão sobre até que ponto, em nossa ação cotidiana, nós reproduzimos as estruturas sociais (e, nesse caso a globalização), costume perguntar em sala de aula se o impacto de uma bomba de nêutrons, que elimina os seres vivos, mas mantém intactas as estruturas da matéria inorgânica, as cidades e outras construções humanas, manteria a sociedade existindo. Obviamente, diante desse exemplo extremo, os alunos começam a vislumbrar que, de alguma forma, somos nós mesmos os articuladores da vida social. Não os espaços construídos para representar o poder instituído nem alguma força superior e abstrata. Somos nós que ensejamos a globalização, com suas dores e delícias.

Mas, como já mostrou o Existencialismo, escolher e sentir-se responsável pelas escolhas pode não ser um processo fácil (Sartre, 2002). Por isso a consciência refuga admitir tal verdade. Ao contrário, é muito mais tranquilo atribuir os problemas que observamos na realidade a alguma entidade maior, processo que nos desculpa por nossas escolhas, alimentadas por um possível egoísmo ou por falhas pessoais. Fazemos isso há milênios, projetando responsabilidade e culpa



pelo resultado de nossas escolhas nas mais diversas entidades divinas. Da mesma forma nos reportamos à globalização, a qual, por comodidade, vemos como um processo alheio aos nossos atos e intenções, como uma entidade fantasmagórica capaz de materializar-se no mundo por geração espontânea.

Devido a essa capacidade de desonerar-se da responsabilidade pelas escolhas cotidianas, cada um de nós pode construir um papel social alienado, em maior ou menor grau. Por conseguinte, podemos criticar a globalização como arautos do “bom mocismo”: subir ao púlpito e discorrer à vontade sobre os efeitos desagradáveis do fenômeno com a sanha daqueles que se sabem incólumes. Quem, dentre nós, ousaria culpar um único indivíduo pelas sequelas sociais e ambientais da globalização? Como nenhum de nós imagina que possa resolver esses problemas (porque, isoladamente, não pode), não nos sentimos admoestados ou ameaçados pela crítica nem atentamos ao fato de que podemos estar nos eximindo de nossa responsabilidade.

Entretanto, as vozes dos arautos da globalização não vacilam em culpabilizar os indivíduos pelas desigualdades sociais e pela devastação do ambiente. Estes mesmos indivíduos, perdidos uns dos outros pela ausência de coletivo, devolvem a culpa à globalização, atribuindo-lhe

todas as mazelas. Assim, instaura-se um ciclo vicioso no qual ninguém é responsável por nada: nem a entidade abstrata nem a pessoa concreta. Disso resulta que as admoestações para alterar esse estado de coisa caíam no vazio, o que leva à sensação de impotência e ao constante aumento dos danos infligidos. Como esse fenômeno faz com que cada um de nós sintasse “apenas um reles indivíduo”, somos todos igualmente tentados a encobrimo-nos sob pacto de mediocridade, que nos exime de nossas responsabilidades e escancara as portas para o deleite das maravilhas tecnológicas, que proliferam dia a dia no mercado. Quase sem culpa.

Veza por outra, entretanto, esse paraíso narcísico que estimula nosso contentamento pelo consumo cotidiano é ameaçado. Um pedinte em um sinal, uma família toscamente acampada sob um plástico, a notícia de uma queimada ou devastação de proporções ímpares rompem a tela em que projetamos a realização de nossos desejos (Schultz, 1979). Percebemos, ainda que de forma fugaz, que há “muita coisa errada”, e nos movemos incomodados em nossas poltronas, esboçando gestos de horror e desagrado, até que o sonho com uma nova e irresistível maravilha venha a eclipsar outra vez a consciência.

Esse processo, amparado pelo mercado, faz de nós crianças felizes em um parque de diversões. Podemos consumir a vontade porque alimentamos a certeza de que com isso movemos o mundo: asseguramos os postos do mercado de trabalho e salvamos a economia da bancarrota. Essa crença transforma a irreverência com que tratamos a sustentabilidade do planeta em um ato, quase, heróico. Podemos também brincar de criticar aspectos pontuais da globalização e do desenvolvimento tecnológico, já que tais críticas não implicam, necessariamente, adotar uma atitude coerente no cotidiano. Afinal, nenhum de nós tem “culpa” de nada, não é mesmo? Sabemos que ninguém pode ser responsável por aquilo que no fundo não deseja. Mas, o que a gente não sabe (e que não quer de forma alguma saber) é que somos responsáveis – sim – por nossos desejos e pelas escolhas que fazemos a cada instante para torná-los realidade palpável.

IDENTIDADE E PERTENCIMENTO

Assim como outros mamíferos superiores os seres humanos identificam-se a si mesmos e são capazes de construir uma identidade social. Para tanto, características derivadas de atributos orgânicos, como sexo e idade, ou sociais, como a posição nas relações de parentesco ou entre os membros do grupo, mesclam-se para definir a situação do indivíduo no coletivo no qual vive e interage. A estas características pessoais e sociais é atribuído um valor que as hierarquiza, organizando a vida social. A conjunção desses valores é o que define o *status* e o *poder* do indivíduo na dimensão coletiva.

Obviamente, o valor atribuído a cada característica em cada espécie, sociedade ou grupo, decorre de uma escolha individual e coletiva por determinado traço, biológico ou cultural, que por este processo se propaga intergeracionalmente. Dessa forma, as escolhas se transformam em comportamento, do indivíduo, grupo, sociedade ou espécie, e produzem impacto na realidade.

Ainda que possa haver dúvidas a respeito das capacidades simbólicas de outras espécies, já que nos aferramos a nosso antropocentrismo, sabe-se que ao menos para os seres humanos a identidade não é construída apenas por estes signos diretamente relacionados à corporeidade, como sexo e idade, nem por aqueles que advém da dimensão relacional, como os expressados pelas relações de parentesco. Para nós, todos os signos de identidade e pertencimento são

Se a industrialização acentuou o êxodo rural, atraindo milhares às cidades, sob a globalização esse fenômeno se intensificou. A vida urbana alterou definitivamente sua característica relacional e o espaço deixou de ser partilhado por todos, passando a ser dividido entre desconhecidos. Nesse contexto, a ideia de coletividade vai ruindo lentamente, deixando de remeter-se um todo articulado (Bourdieu, 1998). As referências culturais autóctones se perdem, submergindo sob o impacto avassalador dos novos comportamentos de massa, instilados pela globalização. A existência nessas condições abre o flanco ao domínio do mercado globalizado que, onipresente, impõe-se como poder absoluto.

também oriundos da esfera simbólica, descolados da realidade sensível e impregnados por valores aleatórios e arbitrários, delineados pela cultura.

A possibilidade de construir as noções de identidade e pertencimento pela significação simbólica distancia os seres humanos da dimensão estritamente funcional, dada pela natureza, a qual, na maior parte das vezes, é adstrita a tais parâmetros orgânicos ou àqueles relacionais, destes derivados. Resignificando esses parâmetros e, principalmente, estabelecendo novas variáveis para definir identidade e pertencimento, a capacidade de simbolizar enseja a pluralidade à medida que admite interpretações distintas do real, que não estão inscritas na realidade corpórea do indivíduo, manifesta por sua força física ou vitalidade, nem subjugadas a sua posição social, especialmente quando esta é delineada apenas por sua situação de nascimento, pelo *status* social de seus ascendentes ou pela confluência desses dois conjuntos de significantes. Por isso, ainda que se encontre diferenças relevantes no comportamento das formigas em Tóquio ou na Amazônia, com certeza elas não serão tão grandes como as que se observa entre os seres humanos que vivem nesses mesmos lugares.

Ao longo da história humana, a capacidade eleger parâmetros para construir as noções de identidade e pertencimento sempre esteve relacionada à técnica, que pode ser definida, grosso modo, como uma forma cultural de interagir na realidade. Conchas, objetos de arte plumária, pontas de flecha, contas, tatuagens e pinturas, vêm sendo usadas em ornamentos e utensílios que identificam indivíduos e marcam na dimensão sensível as fronteiras identitárias entre grupos e segmentos. Pode-se dizer, portanto, que a técnica permite que as distinções entre pessoas se manifestem na dimensão material como signos de *poder* e *status*. Ela tanto recorta as diferenças quanto costura a identidade simbólica do indivíduo e do grupo social.

Da mesma forma que a técnica vem sendo utilizada para marcar a identidade e o pertencimento seu sucedâneo hodierno – a tecnologia –, também confere distinção entre pessoas e grupos humanos, possibilitando a criação de tais parâmetros. A principal diferença entre os processos permeados pela técnica e os conchados pela tecnologia reside no que os produtos da primeira são circunscritos à determinada conjuntura cultural, espacial e temporal, enquanto aqueles providos pela segunda, a tecnologia, perpassam culturas e sociedades,

criando novos parâmetros para a identificação entre as pessoas. Essa é uma das características do fenômeno identificado como globalização.

Esse processo alternativo de construção da identidade e dos laços de pertencimento torna-se mais acentuado porque os critérios tradicionais que modulavam estes dois parâmetros de identificação vêm se esfacelando ao longo das últimas décadas. Nesse contexto, idade, sexo e relações de parentesco deixam gradativamente de ter qualquer importância e mais, perdem até mesmo o sentido, num mundo reconfigurado pelos ditames das escolhas do consumo. Persistem ainda, em certa medida, as identidades nacionais, que acabam por reafirmarem-se como justificativas xenófobas para a reserva de mercado de trabalho que, em primeira e última instância, assegura ao indivíduo o dinheiro que, por sua vez, permite participar do mundo globalizado.

Nesse contexto de decomposição dos parâmetros identitários tradicionais, a sabedoria, usualmente associada à idade, deixa de ser peculiaridade desta, especialmente quando as transformações introduzidas pela tecnologia alteram tão profundamente as características das relações com o ambiente e das inter-relações humanas, que a experiência amalhada ao longo de toda uma vida passa a não mais fazer sentido face às dramáticas e recentes transformações da realidade. Ao contrário, a velhice se desenha como um estágio de progressivo abandono, no qual a pessoa é despossuída de suas capacidades por não conhecer ou conseguir lidar com o aparato tecnológico. Na era do novo é o jovem que comanda o espetáculo e as pessoas idosas esforçam-se arduamente para anular a distância que as separa dos mais novos. Lutam para suprimir a diferença etária, agora classificada como desvantagem. Escondem, o quanto podem, as marcas da idade em seus corpos, numa tentativa vã de adequar-se aos padrões de consumo, buscando tornarem-se, elas próprias, objetos de desejo nas prateleiras do mercado (Bauman, 2008).

De maneira menos dramática, mas igualmente impactante, também o sexo vem deixando de ser uma marca identitária essencial. Ainda que persista a configuração básica de divisão de poder e status da humanidade, seccionada entre homens e mulheres, que carregam papéis de gênero, atributos e responsabilidades desiguais, tal dicotomia tem se tornado menos determinante, transfigurada pelos novos papéis femininos na esfera pública e novos papéis masculinos no âmbito doméstico. Contribui também para desintegrar o parâmetro

identitário calcado sobre o sexo biológico a emergência das sexualidades múltiplas, homossexuais, bissexuais, transexuais, travestis e transgênero, que nublam a fixidez paralisante da perspectiva tradicional e, ao mesmo tempo, instauram novos conflitos e frentes de confronto.

Quanto ao marco identitário derivado das relações de parentesco, não é preciso nem formular maiores explicações. Se aqueles com mais idade ou oriundos de localidades menores podem lembrar-se de já ter ouvido a pergunta "a qual família alguém pertence", indagação capaz de assinalar inequivocamente a boa ou má posição desse alguém na escala social, recordarão também que já faz muito tempo que não ouvem tal questionamento, que perdeu inteiramente seu sentido de filtro. Tal parâmetro identitário só faz sentido em contextos onde as pessoas se conhecem e podem exercitar a censura ou o louvor frente à posição dos demais na escala social.

Paralelo à desconstrução desses marcos identitários tradicionais, o processo de industrialização e, principalmente, a globalização, vem dando à luz outras formas de construir a identidade e a noção de pertencimento. Baseadas no mercado, essas formas derivam do consumo de produtos/signos que simbolizam a identidade e o pertencimento a um grupo. Fortemente associados a uma identidade que poderia ser tomada como sendo de classe, mas que exprime apenas riqueza, esses signos marcam a possibilidade de consumir e a liberdade para projetar no mundo uma determinada imagem de si é, em si, a imagem desse mesmo mundo.

Como podem ser incorporados ao sabor do desejo, desde que se tenha o capital para adquiri-los, esses signos são tomados como sinal inequívoco de autonomia e independência. Por não estarem inexoravelmente colados aos atributos físicos da pessoa, mas, ao contrário, resignificarem inclusive tais atributos, abrindo outras possibilidades de interpretação, os signos identitários oriundos do mercado passaram a ser vistos como expressões inequívocas da liberdade de escolha: da possibilidade que o mercado faculta a qualquer um de alçar-se sobre os determinantes tradicionais que biologia e cultura lhe impuseram. Qualquer pessoa pode ousar ser o que quiser, desde que disponha de capital para adquirir a imagem que quer projetar de si mesmo.

A consolidação desses novos parâmetros identitários apóia-se fortemente na ideia de *marca*. Consequência do uso do nome do fabricante para a identificação dos produtos, a marca é uma criação do século XX que alterou totalmente os critérios de identificação de qualidade que, também pela tradição, associavam-se à produção e comercialização. Pela perspectiva tradicional o valor

das coisas era atribuído à escassez do produto. É isso que ensina a economia clássica. Essa escassez podia decorrer tanto da pouca disponibilidade de matéria prima quanto da dificuldade de trabalhá-la para empreender a produção. Com o surgimento da ideia de marca, esse processo se alterou e o produto passou a ser valorizado não como decorrência desses atributos essenciais, como a matéria prima da qual é feito, mas como consequência do prestígio da marca daquele que o fabricou.

Embora esse processo se estenda a todos os ramos e setores da economia globalizada, pode ser percebido com mais clareza na confecção de peças de vestuário, no mutável e efervescente mundo da moda. Antes da invenção da marca, a qualidade de um produto (e o desejo que ele despertava) podia ser medida pelo material do qual era feito. Assim, a seda era mais nobre que o algodão que, por sua vez, tinha mais valor que a juta. Com o surgimento da marca, esses padrões deixaram de ter significado. É a própria marca que pretende atestar a qualidade do produto que desenvolve. Como consequência, uma peça de seda feita por um anônimo provavelmente terá menor valor de mercado do que uma de juta, confeccionada sob o signo de uma grande e famosa empresa.

Assim, no mundo globalizado, o desejo é emulado pela força da marca, que se configura como signo de desejo e consubstancia-se como principal elemento identitário. Esse signo virtual, totalmente descolado do substrato sensível que tradicionalmente era utilizado para mensurar a qualidade dos produtos, inaugurou novas possibilidades de significação de si mesmo. Atualmente, identidade e pertencimento são atestados apenas pela imagem que se é capaz de projetar no mundo, que reflete as escolhas do indivíduo e sua capacidade de materializá-las por meio das marcas consumidas. O prestígio dessas marcas indica o lugar da pessoa no mundo, demonstrando como e quanto pode se inserir na sociedade de consumo. Esses novos parâmetros, difundidos e alimentados pelo mercado, são construídos no vácuo deixado pela dissolução dos critérios tradicionais de construção da identidade e pertencimento e se configuram sobre uma característica inerente à humanidade: movimentar-se – sempre – rumo à realização do desejo (Lowen, 1984).

TER E QUERER SER

Tanto Elias (1990, 1993, 1994) quanto Foucault (2002, 2006) observaram ao longo da história humana a introjeção dos mecanismos de controle social. Partindo de elementos

de análise distintos, ambos concluíram que esses mecanismos passaram de exógenos para endógenos num processo que induz ao crescente autocontrole. Com esse processo, a vigilância e punição do indivíduo não precisam estar atreladas apenas a fatores externos, mas, principalmente, decorrer de processos internos instilados pela culpa, vergonha e pela sensação de inadequação. A introjeção das regras de convivência passa a ser fundamental a medida em as sociedades se tornam mais complexas, individualistas e, ao mesmo tempo super populosas, pois caso não se contasse com mecanismos eficazes de autocontrole não haveria olhos ou braços capazes de conter (e submeter) a todos às mesmas regras comuns (Foucault, 2002). Se a estrutura social está pulverizada nos indivíduos, porque o coletivo enquanto entidade se dissolveu, o controle social só pode mesmo ser endógeno.

Tal configuração das estratégias de controle vem sendo forjada ao longo da história por diversas instituições fundadas justamente para manter a ordem social. Este é o caso das religiões, que pautaram

▶ 083

Esse processo alternativo de construção da identidade e dos laços de pertencimento torna-se mais acentuado porque os critérios tradicionais que modulavam estes dois parâmetros de identificação vêm se esfacelando ao longo das últimas décadas. Nesse contexto, idade, sexo e relações de parentesco deixam gradativamente de ter qualquer importância e mais, perdem até mesmo o sentido, num mundo reconfigurado pelos ditames das escolhas do consumo.

as primeiras regras de convivência e noções de certo e errado entre os fiéis; das leis e normas dos estados, que ampliaram a pertinência dessas noções a um conjunto maior e mais diverso de pessoas, os cidadãos; e dos tratados e declarações de direitos humanos, que expandiram a moralidade inerente a essas noções para além das fronteiras dos estados, estendendo-as a todos os seres humanos. Estas instituições pavimentam o solo no qual se configuram as noções de identidade e do pertencimento. Sobre ele transitam outras forças que tornam tais parâmetros tangíveis.

No que diz respeito à introjeção dos mecanismos de controle pela dor, pelas estratégias de restrição e punição das condutas desviantes, pode-se mais facilmente associar a assimilação dessas noções e regras a estas instituições formais, à religião e às igrejas; à lei e ao Estado; ou às recomendações para a conduta desses estados, que emanam da sua organização em entidades coletivas. Já no que diz respeito à introjeção desses mesmos mecanismos de controle da conduta pelo prazer, nem sempre são estas instituições as responsáveis pelo processo de absorver as noções e regras estabelecidas.

É bem verdade que o cumprimento dos ditames religiosos garante aos fiéis a paz de espírito ou o paraíso, assim como o cumprimento das leis e normas sociais, configura a identidade cidadã, que também enseja certa satisfação no plano relacional pelo cumprimento dos direitos e deveres afeitos à vida em coletividade. Mas, no que tange à satisfação, a principal instância de controle social é o mercado, que distribui suas benesses a todos aqueles que se inscrevem na condição de potenciais consumidores. Frente à dissolução de outros critérios, o mercado e suas marcas pairam incólumes sobre o mundo globalizado, conferindo sensações de identidade e pertencimento que se pode supor serem similares tanto para aqueles que vivem em Tóquio quanto para os que moram na Amazônia.

Mas o prazer do ato de consumir não se esgota na possibilidade de estabelecer uma identidade e projetar uma imagem de si na dimensão coletiva. Embora esse atributo seja fundamental em um mundo carente de outros signos e valores identitários, há na dimensão individual um componente que induz o prazer: a sensação de supressão das carências. Percorrendo uma gama de motivações que vão da necessidade à vontade, passando pelo denominador comum do desejo, o prazer do consumo instila, momentaneamente, uma inebriante euforia, acompanhada pela sensação de realização e completude.

No mundo globalizado, o desejo é emulado pela força da marca, que se configura como signo de desejo e consubstancia-se como principal elemento identitário. Esse signo virtual, totalmente descolado do substrato sensível que tradicionalmente era utilizado para mensurar a qualidade dos produtos, inaugurou novas possibilidades de significação de si mesmo. Atualmente, identidade e pertencimento são atestados apenas pela imagem que se é capaz de projetar no mundo, que reflete as escolhas do indivíduo e sua capacidade de materializá-las por meio das marcas consumidas.

No limite da necessidade, o prazer decorre da supressão de uma privação relacionada à sobrevivência. É o prazer de consumir o que comer, beber, de possuir abrigo, assegurar o conforto para o corpo e para melhorar o local onde se vive. Nesse nível, o prazer é sentido corporalmente, pela eliminação das sensações de fome, frio, sede e sono. Mas, mesmo considerando a enorme quantidade de pessoas no mundo, se o mercado dependesse apenas da supressão dessas necessidades básicas, não haveria grande possibilidade de auferir lucros crescentes. Por isso, oferece a solução também para as carências intangíveis, aquelas relativas à representação do ser no mundo.

Nesse nível do desejo, ou seja, já no patamar da relativa abundância, o prazer procede da possibilidade de projetar a imagem sonhada de si mesmo e com isso conquistar amor e admiração, suprimindo as exigências instintivas de afeto. Num degrau acima, na dimensão da vontade e da super abundância, o prazer reveste-se com os atributos do status e do poder, que conferem prestígio e respeito à pessoa como consequência daquilo que ela é capaz de consumir e ter. Além deste nível, só resta o *podium*, quando a pessoa se torna ícone e parâmetro para o consumo de todas as demais. Seus cabelos, roupas, seu corpo (olhos, nariz, barriga, bumbum), bem como sua casa e objetos, seu carro e telefone celular passam a ser padrões para emular o desejo de muitos, que invejam e cobiçam essas conquistas.

Vale ressaltar, como também já apontei em trabalho anterior (Porto, 2004), que esses ícones da globalização forjados pelo mercado consubstanciam modelos ideais difíceis de serem alcançados por uma pessoa comum. Dessa forma, se estimula o consumo desenfreado de mais e mais produtos, pois há sempre algo que falta para aproximar a cópia do original. Para fomentar o desejo por tais modelos, eles são apresentados como parâmetros do sucesso, associados à ideia de êxito (Zimmerman, 2000: 21-25). Seriam, então, em suma, a corporificação do prazer na realização plena. Tal apelo, quase irresistível para qualquer um, torna-se ainda mais pungente para todos aqueles que por sua situação e condição de vida encontram-se aliados do indispensável a sua sobrevivência física e social. Por isso observa-se em pessoas nessa condição (mas não apenas nelas) um desejo quase irresistível de portar artigos “de marca”, mesmo que estes sejam apenas falsificações sem qualidade ou que, buscando a propalada qualidade do original, a pessoa gaste além de suas possibilidades.

Cabe considerar, ademais, que por sua própria natureza o desejo nunca pode ser plenamente realizado, dada a impossibilidade de manter indefinidamente a plenitude do prazer (Porto, 2005: 574-590). Longe de evidenciar-se como uma falácia, a frustração decorrente desse processo é interpretada como uma falha do indivíduo em aproximar-se do modelo ideal, o que o estimula a envidar novos e renhidos esforços para atingir o objetivo. Esse processo vicia embora ninguém se cansa dele. E o vício do prazer pelo consumo é a armadilha oculta que impele à busca da satisfação no mercado para além dos limites da razão, como atestam os milhões de casos de endividamento, evidenciados na atual crise econômica global.

Essa é a sutileza da dominação pelo mercado. Embora decorra de uma imposição promovida com o objetivo único de fomentar o consumo (e garantir o lucro da economia globalizada) não é sentida como compulsória. Ao contrário, parece fruto da livre escolha, da “sagrada” liberdade individual para buscar a realização dos mais íntimos desejos. A suprema sofisticação de tal estratégia de controle, baseada naquilo que move o ser humano, o prazer, não é obscurecida nem mesmo pela contraparte do mecanismo, a dominação pela dor, já que a maior punição na sociedade de mercado é não estar apto a inserir-se nele.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Espero com esta análise ter demonstrado que somos todos artífices e cúmplices da globalização. Que ela não é uma entidade abstrata, dotada de “super poderes”, mas tanto a causa quanto o resultado das escolhas conscientes e inconscientes de cada um de nós. Espero também ter conseguido mostrar que a moralidade da globalização, a moralidade do mercado ou, como era conhecido nos tempos de antanho, do capitalismo é a moralidade de todos e de cada um de nós, que alimentamos a ordem mundial com nossas vidas. Reconheço que esta é uma constatação difícil de lidar, pois implica em uma responsabilidade difícil de exercer (Porto, 2006; Santos, 2006).

Não obstante à magnitude de tal responsabilidade, há um aspecto da questão que não pode ser desconsiderado, especialmente quando se trata de uma análise bioética, que é, obrigatoriamente, um estudo de ética aplicada. Como a realidade é moldada pela ação, de nada adianta um discurso dissociado da prática cotidiana. Se as palavras forem envoltórios vazios, destinados apenas a assegurar os lugares de poder e de fala, não

terão força para alterar a realidade. Ao contrário, serão instrumentos para a manutenção do *status quo*, mesmo quando modulem expressões de crítica e revolta ou de estímulo à indignação e à liberdade. Ainda que, por si mesmas, as palavras tenham poder, sua mágica só se efetiva quando transformam a realidade pela ação.

É isso que podemos ver quando construímos coletivamente e mantemos cotidianamente a ficção aceita e socialmente partilhada na entidade conhecida como “mercado”. Tal entidade existe porque acreditamos nela, porque lhe damos substância, porque sucumbimos dia a dia a seus desígnios por desejo, necessidade ou vontade. Embora reconhecendo a dificuldade e o tamanho da tarefa, que é escapar a essa forma espúria de controle, é forçoso concluir que está nas mãos de cada um de nós examinar suas próprias motivações e escrutinar seus próprios vícios de consumo. Só assim será possível escolher. É a escolha consciente e a ação consequente que poderão subverter a moralidade da globalização. Nesse sentido quero render homenagem a Foucault, que apontou o caminho para transpor os obstáculos impostos por nosso condicionamento às regras:

É justamente a regra que permite que seja feita violência a violência e que outra dominação possa dobrar aqueles que dominam. Em si mesmas as regras são vazias, violentas, não finalizadas; elas são feitas para servir a isto ou àquilo; elas podem ser burladas ao sabor da vontade de uns ou de outros. O grande jogo da história será de quem se apoderar das regras, de quem tomar o lugar daqueles que as utilizam, de quem se disfarçar para pervertê-las, utilizá-las ao inverso e voltá-las contra aqueles que as tinham imposto; de quem, se introduzindo no aparelho complexo, o fizer funcionar de tal modo que os dominadores encontrar-se-ão dominados por suas próprias regras (Foucault, 1982: 25).

A reflexão acima indica que há saída aos mecanismos de controle da globalização e à reprodução cotidiana e cega de sua moralidade inerente. Seu tom pessoal, entretanto, adverte que o primeiro passo deve ser dado por cada um de nós. À medida que tenhamos coragem de encarar as razões de nossas escolhas de consumo e compreender o sentido último do fetiche com o qual o mercado nos hipnotiza, teremos aberto os olhos à possibilidade de subverter esta situação. Estaremos nos empoderando para compreender a moralidade da globalização, que é induzir o consumo inconsequente e desenfreado para auferir lucro crescente e desmesurado. Isso porque teremos

deixado de ser um mero brinquedo ao sabor dessas intenções inescrupulosas. Seremos capazes de pensar, ao menos duas vezes, antes de tentar suprimir as carências, esquecer os aborrecimentos ou minimizar as frustrações em compras que não precisamos ou até mesmo não queremos, por exemplo. Essa tática, baseada na consciência de si, não pretende defender a privação, mas apontar para a priorização daquilo que se sabe realmente necessário.

Se tal tática parece pouco, proposta simplória de um manual de autoajuda, não é demais sublinhar que são nossas ações, mais do que as palavras e as intenções, que conformam ou transformam a realidade. São elas que dão existência concreta e poder a entidades abstratas como o mercado e a globalização (Freire, 2001, p. 20). São elas, enfim, que ao influxo das crenças íntimas de cada um de nós nessas entidades ficcionais, lhes emprestam o corpo social com o qual se agigantam e nos controlam, oprimem e ameaçam. Portanto, repito, a ação é a chave para abrir as portas à transformação.

Se, como querem os pessimistas, os acomodados e os coniventes, a ação individual, em si mesma, não é capaz de alterar a realidade, isso não pode ser razão para olvidar sua potencialidade. Basta lembrar que os seres humanos aprendem por imitação, que, muitas vezes precede a reflexão sobre o valor e a pertinência de determinada atitude. Por isso se forma o *habitus* (Bourdieu, 1983: 46-81) e se instauram os condicionamentos. Tal capacidade, entretanto, é o que faz uma ação isolada (mesmo as mais francamente quixotescas) revestir-se da possibilidade de ser o marco inaugural de uma nova forma de entender a realidade. Uma forma que se conforma em realidade coletiva à medida que transforma a sensibilidade, a compreensão e as ações de cada um.

Para facilitar essa compreensão é preciso que sejamos capazes de desmitificar a tecnologia. É necessário entendê-la como ferramenta, nem divina nem demoníaca, mas apenas instrumento que pode propiciar os resultados desejados pela moralidade que a utilizar. Como uma “varinha mágica” que pode canalizar a força e a energia disponíveis para atingir o fim almejado. Assim, tanto pode ser uma forma de maximizar o lucro do capital a qualquer custo, mesmo à custa da alienação e opressão humanas, tanto quando pode se consubstanciar em canal para a ação coletiva e autônoma, voltada à sustentabilidade do planeta e à promoção da vida humana com dignidade.

Sabendo disso, poderemos, enfim, admitir que a tecnologia pode operar em proveito da manutenção do *status quo* ou contra ele. Estaremos aptos a ousar, a

alterar o vetor que orienta seu uso, deslocando-o dos valores impostos pelo mercado e pela globalização, a maximização da opressão e da usurpação da energia do ser humano e do ambiente, para aqueles que possam promover valores humanos, o acesso à liberdade, à troca livre, igualitária e fraterna entre pessoas e o respeito à vida em todas as suas formas.

Apenas para não deixar esta reflexão sem um ponto de contato com a realidade, o que permitiria classificar as ideias apresentadas como panfletárias, relato uma experiência coletiva empreendida na Estônia em maio do ano passado. O processo e os resultados dessa experiência estão disponíveis em vídeo de cinco minutos no *Youtube* (2009). Trata-se da campanha *Vamos Fazer* para limpeza das áreas florestais do país, que ocupam mais da metade do território. Agregando mais de 50.000 voluntários nas diversas etapas do processo bem como 500 instituições parceiras, a campanha identificou e mapeou 10.000 toneladas de lixo, retirando-as em um só dia ao custo de 500 mil euros. Para isso foram usados telefones celulares, mapas terrestres produzidos por satélites e transmissão digital de dados e informações. Se essa ação tivesse sido empreendida apenas pelo governo demoraria três anos para obter o mesmo resultado e consumiria €22,5 milhões, sem garantia de êxito, pois sem a sensibilização,

envolvimento e apoio da coletividade nada garante que à medida que o lixo fosse sendo retirado mais lixo não fosse sendo jogado, num ciclo interminável.

Essa experiência social demonstra que, embora seja fruto dileto do mercado, a tecnologia pode cumprir com igual eficácia os objetivos de qualquer moralidade que defina seu uso. Que é apenas uma ferramenta que reflete as intenções e as ações humanas. Demonstra que o viés ideológico que se desenha na realidade social a partir do uso não é inerente ela mesma, mas efeito do uso que dela se faz e de seu objetivo. Como a tecnologia é capaz de gerar e alimentar moralidades distintas, sua utilização pode conduzir a realidades diversas. A supressão dos limites existenciais que proporciona servirá ao senhor que delas se apoderar.

Esse senhor pode ser o mercado globalizado, que usa tais ferramentas para a dominação e exploração, o podem ser próprios seres humanos em projetos autogestionários, autóctones e libertários. Para isso basta nos apossarmos de nossa capacidade de escolha, exercermos nosso poder de decisão e cultivarmos nossa disposição de nos reconhecermos no outro para reconstruir o coletivo. Para subverter as regras impostas pelo mercado e transformar o mundo.

087

REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Z. (2008). *Vida para consumo. A transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- BOURDIEU, P. (1983). *Esboço de uma teoria da prática*. En Ortiz, R. *Coleção Grandes Cientistas Sociais* (pp. 46-81). São Paulo: Ática.
- BOURDIEU, P. (1998, mars). L'essence du néolibéralisme. *Le Monde Diplomatique*. p. 3.
- CHOMSKY, N. (1999). *A minoria próspera e a multidão inquieta*. Brasília: Editora UnB.
- ELIAS, N. (1990). *O processo civilizador I*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- ELIAS, N. (1993). *O processo civilizador II*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- ELIAS, N. (1994). *A sociedade dos indivíduos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- FOUCAULT, M. (1982). *Microfísica do poder*. São Paulo: Graal.
- FOUCAULT, M. (2002). *Disciplina os corpos dóceis*. Em: *Vigiar e punir. A história da violência nas prisões*. (26ª ed.). Petrópolis: Vozes.
- FOUCAULT, M. (2006). *História da sexualidade 1. A vontade de saber*. (17ª ed.). São Paulo: Graal.
- FREIRE, P. (2001). *Pedagogia da autonomia*. São Paulo: Paz e Terra.
- LOWEN, A. (1984). *Prazer: uma abordagem criativa da vida*. (5ª ed.). São Paulo: Summus.
- MARX, K. & ENGELS, F. (2001). *Manifesto do partido comunista*. São Paulo: Martin Claret.
- MURARO, R.M. (1991). *Os seis meses em que fui homem*. (4ª ed.). Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos.
- MURARO, R.M. (1993). *A mulher no terceiro milênio*. (3ª ed.). Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos.
- PORTO, D. (2004). A linguagem das palavras e as palavras da linguagem. Anais. *Seminário Internacional Michel Foucault: Perspectivas*. Florianópolis: UFSC.
- PORTO, D. (2005, novembro 21-25). *El impacto de la medicalización en la sociedad y en la salud pública: consideraciones sobre el caso brasileño*. Resumen de Ponencias y Comunicaciones. IV Congreso Mundial de Bioética.
- PORTO, D. (2006). Tecnologia & ideologia: os dois lados da moeda que produz vulnerabilidade. *Rev Bras de Bioética*, 2(1), 63-86.
- SANTOS, M. (2006). *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. (13ª ed.). Rio de Janeiro/São Paulo: Record.
- SARTRE, J.P. (2002). *O ser e o nada: ensaio de ontologia fenomenológica*. (11ª ed.) Petrópolis: Vozes.
- SCHULTZ, A. (1979). *Sobre fenomenologia e relações sociais: textos escolhidos*. Wagner H, organizador. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- Youtube. (2009). *Let's Do It Estonia – legendado em português*. Disponível: <http://www.youtube.com/watch?v=T7GzfMD6LHs>. Acesso: 24.7.2009.
- ZIMERMAN, D. (2000). *Fundamentos básicos das grupoterapias*. Porto Alegre: Artmed.