

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
FACULDADE DE DIREITO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITO POLÍTICO E ECONÔMICO

LEONARDO JOSÉ DE ARAÚJO RIBEIRO

**ESTRATIFICAÇÕES SOCIAIS E A HIPERMODERNIDADE: A FILOSOFIA DO
DIREITO EM LIPOVETSKY E UM ENCONTRO COM A REALIDADE
BRASILEIRA DE CONSUMO**

SÃO PAULO

2018

LEONARDO JOSÉ DE ARAÚJO RIBEIRO

**ESTRATIFICAÇÕES SOCIAIS E A HIPERMODERNIDADE: A FILOSOFIA DO
DIREITO EM LIPOVETSKY E UM ENCONTRO COM A REALIDADE
BRASILEIRA DE CONSUMO**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Direito Político e Econômico da Universidade Presbiteriana Mackenzie como requisito parcial à obtenção de certificado e titulação de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Fábio Ramazzini Bechara
Co-Orientador: Prof. Dr. Silvio Luiz de Almeida

SÃO PAULO

2018

R484e Ribeiro, Leonardo José de Araújo.

Estratificações sociais e a hipermodernidade : a filosofia do direito em Lipovetsky e um encontro com a realidade brasileira de consumo / Leonardo José de Araújo Ribeiro. – 2018.

156 f. ; 30 cm

Dissertação (Mestrado em Direito Político e Econômico) -
Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2018.

Orientador: Fabio Ramazzini Bechara.

Referências bibliográficas: f. 146-156.

1. Filosofia do Direito. 2. Estratificação Social. 3. Modernidade.
4. Cultura. Individualismo. 5. Consumo. I. Bechara, Fabio Ramazzini,
orientador. II. Título

CDDir 340.1

LEONARDO JOSÉ DE ARAÚJO RIBEIRO

**ESTRATIFICAÇÕES SOCIAIS E A HIPERMODERNIDADE: A FILOSOFIA DO
DIREITO EM LIPOVETSKY E UM ENCONTRO COM A REALIDADE BRASILEIRA
DE CONSUMO**

Dissertação de Mestrado apresentada em sede de Defesa
ao Programa de Pós-Graduação em Direito Político e
Econômico da Universidade Presbiteriana Mackenzie
como requisito parcial à obtenção de certificado e
titulação de Mestre. Orientador: Prof. Dr. Fábio
Ramazzini Bechara; Co-Orientador: Prof. Dr. Silvio Luiz
de Almeida

Aprovada em 02 de fevereiro de 2018

Banca Examinadora



Professor Doutor Fábio Ramazzini Bechara

Universidade Presbiteriana Mackenzie




Professor Doutor Silvio Luiz de Almeida

Universidade Presbiteriana Mackenzie



Professor Doutor Marco Aurélio Pinto Florêncio Filho

Universidade Presbiteriana Mackenzie



Professor Doutor Leandro Piquet Carneiro

Universidade de São Paulo

Dedico este trabalho a todos os professores que tive. Invejo e almejo essa honrada carreira que tudo constrói e a todos forma.

Dedico especialmente aos meus orientadores, Professor Dr. Fabio Bechara e Professor Dr. Silvio de Almeida. Muito obrigado pelo indispensável auxílio à elaboração desta dissertação e pela iniciação aos meios acadêmicos.

Dedico, também e não menos especialmente, à minha querida avó Maria de Lourdes Araújo (*in memoriam*), que no início de 2017 (exata metade da caminhada deste trabalho) deixou de brindar a muitos com sua companhia. Sem muito ter avançado na educação formal, pôde se utilizar da educação real para ser, também, grande professora minha.

AGRADECIMENTOS

Escrevo este pequeno pedaço em primeira pessoa – como é inerente a qualquer agradecimento sincero e verdadeiro, não o poderia alcunhar de modo distante ou genérico, nem o fazer por outrem.

Assim, como ensinado por meus queridos pais, agradeço primeiramente a Deus – e, aos que por qualquer convicção não creem em Sua existência, peço apenas que se dirijam ao próximo parágrafo se assim preferirem. Aos que professam qualquer outra fé – e, aqui, leia-se compreendem a existência de um Sagrado de outra maneira –, rogo que interpretem essas palavras como lhes sejam de melhor conforto. Com isso, agradeço a Deus, pois sem Ele nada me seria possível, desde a minha criação e trajetória de vida, até a escrita deste trabalho, incluindo (entre o início daquela e o final deste) meus questionamentos teológicos e filosóficos sobre como a figura Dele me foi culturalmente imposta. Ainda não perdi, contudo, a fé. Por isso agradeço a competência que alcancei, degrau por degrau, pela força que recebi para enfrentar ou resistir a todas as dificuldades, se me vieram de dentro, não vieram por mim mesmo. Aproveito o agradecimento para abrir um espaço penitencial e pedir perdão a Ele por cada domingo cuja missa não participei para que essa escrita pudesse ser concluída – estive com Ele em orações e no meu coração.

Agradeço, em seguida, a meus pais. Por todo amor, criação e educação que me deram ou que, de diversas formas, garantiram-me. Vejo, nos senhores, cada parte de mim que mais gosto e os ídolos que me inspiram – seja por amor, rigidez, ou perseverança –, que venham mais abraços e carinhos de onde vieram os que sempre me sustentaram, e os que sempre encontraram reciprocidade. Não poderia despender todo o tempo necessário para fazer o agradecimento que merecem, mas gostaria que soubessem que cada respiro meu – e, portanto, cada caractere digitado aqui – tem (sempre teve) grande parte de vocês. Foi importante a maneira com quem me criaram, independentemente da parte material, para eu chegasse até aqui. Portanto, agradeço aos senhores todos os momentos que pudemos (ou não) estar juntos, ainda mais nesses últimos meses, cuja união e provação foram testadas (e muito bem aprovadas).

Agradeço, em especial importância, à companheira de vida que tudo suportou durante esse caminho trilhado – estresse, irritação, noites mal dormidas, troca de eventos pela tela do computador. Thaís, sem tua companhia afirmo que nenhum desses passos teria sido dado, desde a força para iniciar a caminhada até a compreensão e incentivo a cada dúvida. Obrigado por sempre me ensinar e me fazer querer aprender a cada dia mais. Que essa companhia e esse amor

me acompanhem, e sempre junto a ti e sempre ao meu lado. Essa trilha jamais foi individual – obrigado.

Ao irmão que Deus garantiu que estivesse em terra quando eu chegasse, tenho que despejar orgulho. Querido Luís, seu esforço em caminhada própria, ainda que bastante diferente da minha, sempre foi fonte não somente de inspiração, mas de segurança – o caminho pode ser trilhado apesar de todas as adversidades. Somos maiores que os obstáculos. Sabendo como é a parceria verdadeira dessa nossa ainda-juventude, não trocava as pequenas e grandes brigas da infância por nada. Estaremos juntos.

Aos amigos, sócios e irmãos que a vida me garantiu por meios muito diversos – Maurício, Bruno e Fernando, obrigado demais pelo suporte. A caminhada acadêmica foi iniciada pouco depois da profissional e, independentemente das dificuldades para estabilização, foi possível a conciliação e crescimento em ambas. Certamente, sem vocês, todo o contexto e crescimento teria sido interrompido. Sem os debates internos e a trilha de cada um, este trabalho também seria outro e a preparação para os objetivos bastante obscura – estão de diversas formas nos escritos desta resma.

Aos amigos que obtive ou cuja amizade se aprofundou nesta caminhada, muito obrigado. Raquel Rachid, cujo auxílio veio desde o projeto, obrigado por ser sempre receptiva para todos os esclarecimentos possíveis e atenciosa para ouvir sobre minhas ideias. Leonardo Godoy, Rafael Albertoni, Paulo Hueso, Virgínia Barros e Ana Carolina Vieito, obrigado pela companhia nessa nova experiência, pelos empurrões, pelos ouvidos, pela constante troca de auxílios e, principalmente, pelas novas amizades.

I am convinced that if we are to get on the right side of the world revolution, we as a nation must undergo a radical revolution of values. We must rapidly begin [applause], we must rapidly begin the shift from a thing-oriented society to a person-oriented society. When machines and computers, profit motives and propriety rights, are considered more important than people, the giant triplets of racism, extreme materialism, and militarism are incapable of being conquered.

(Dr. Martin Luther King, Jr., *Para além do Vietnã*, discurso de 4 de abril de 1967, proferido em Nova Iorque, para clérigos e leigos tratando sobre o Vietnã, na Igreja de Riverside)

"Não concordo com a maneira como dividiram esse bolo gordo da URSS, com essa 'privataria'. Não gosto dos ricos. Na televisão eles ficam se vangloriando dos seus palácios, das suas adegas... Eles que fiquem lá tomando banho com leite materno em banheiras ouro. A troco de que eu tenho que ver isso? Não vou mais mudar. Vivi tempo demais no socialismo. Hoje ficou mais fácil viver, mas também mais repugnante."

(Svetlana Aleksievitch, *O fim do homem soviético*)

RESUMO

RIBEIRO, Leonardo José de Araújo. **Estratificações Sociais e a Hipermodernidade: a filosofia do direito em Lipovetsky e um encontro com a realidade brasileira de consumo.** 2018. 156 f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Direito, Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2018.

Esta dissertação analisa as teorias do hiperconsumo e da hipermodernidade conforme elaboradas por Gilles Lipovetsky, tentando fazer uma ponte sólida com o direito brasileiro do consumidor. Para tanto, após a análise das teorias, faz-se uma adequação delas dentro dos caminhos filosóficos do juspositivismo, do não juspositivismo e da crítica. Segue-se com uma verificação do consumo brasileiro através de seus indicadores sociais, segmentando estratos sociais distintos conforme renda e consumo. Pode-se, então, fazer uma correta adequação do direito brasileiro, constitucional e infraconstitucional, em relação ao consumo da população do país e das teorias de Lipovetsky, que leva em consideração não somente os fatores legal e teórico (que se mantêm na órbita do dever-ser), mas também o fator socioeconômico. Em nível constitucional, o direito brasileiro se propõe a construir uma sociedade justa, a qual é cada vez mais distanciada pelo hiperconsumo. Em nível infraconstitucional, não há barreira ao hiperconsumo, vez que a legislação é individualizante, uma das principais características do hiperconsumo. Os fenômenos teorizados por Lipovetsky de fato ocorrem no Brasil nos mais variados estratos sociais, sendo os efeitos bastante distinto em cada um deles, com uma ampliação na desigualdade social. Com isso, as teorias do hiperconsumo e da hipermodernidade são aplicáveis ao Brasil, mas não adequadas ao país.

Palavras-chave: Filosofia do Direito. Estratificação Social. Modernidade. Cultura. Individualismo. Consumo.

ABSTRACT

RIBEIRO, Leonardo José de Araújo. **Social Structure and Hypermodernity:** philosophy of law in Lipovetsky and a meeting with Brazilian consumption reality. 2018. 156 f. Dissertation (Masters) – Law School, Mackenzie Presbyterian University, Sao Paulo, 2018.

The present masters dissertation analysis the Hyperconsumerism and Hypermodern Times theories as they were thought by Gilles Lipovetsky. Also, it's tried to connect these theories and Brazilian Consumers Law. Therefore, after the analysis, the theories are adapted within the philosophic paths of positive-legal, non-positive-legal and Marxist critic. After, there's a verification of Brazilian consumerism by its social indexes, divided by distinct social classes, organized by income and consumerism. It allows to make a correct relation to Brazilian Law, constitutional and infra-constitutional, related to country population consumerism and Lipovetsky theories, taking in consideration not only legal and theory factors (what remains about "ought"), but also socioeconomic factor. At a constitutional level, Brazilian Law proposes to build a fair society, which is push far away more everyday by the Hyperconsumerism. At a infra-constitutional level, there are no barriers to Hyperconsumerism, once the legislation is individualizing, one of the Hyperconsumerism main characteristics. The theorized phenomena, in fact, occur in Brazil at all the social classes, but the effects are vastly distinct in each one of them, what tends to amplify the social distance. With that, Hyperconsumerism and Hyper Modern Times theories are applicable, but no adapted to Brazil.

Keywords: *Philosophy of law. Social Stratification. Modern Times. Culture. Individualism. Consumerism.*

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
2	A HIPERMODERNIDADE POR LIPOVETSKY E O HIPERCONSUMO: a liberdade do consumidor no sistema capitalista	13
2.1	A "FORMA-MODA", A EFEMERIDADE E O HEDONISMO.....	17
2.2	GLOBALIZAÇÃO E A "CULTURA-MUNDO".....	27
2.3	ARQUÉTIPOS DE LIPOVETSKY	36
2.3.1	Penia: Estratificação Social dentro do Hiperconsumo	45
2.3.2	Necessária Contradição: Refreamento da Superação do Hiperconsumo.....	50
2.4	CAPITALISMO ARTISTA	52
3	FILOSOFIA DO DIREITO EM LIPOVETSKY	59
3.1	QUE É ISTO – A FILOSOFIA DO DIREITO?.....	61
3.1.1	Historicidade da Filosofia do Direito	63
3.1.2	Caminhos da Filosofia do Direito Contemporânea	75
3.2	LIPOVETSKY: MORAL X DEVER – O HIPERINDIVIDUALISMO	79
3.2.1	Estado e o Outro	97
3.2.2	Caminho Traçado	101
4	ATUAÇÃO DO DIREITO BRASILEIRO FACE AO HIPERCONSUMO.....	106
4.1	COMO CONSOMEM OS ESTRATOS SOCIAIS BRASILEIROS	110
4.1.1	Consumo e sua Relação Social.....	121
4.2	ADEQUAÇÃO JURÍDICA DO CONSUMO.....	130
4.2.1	Lipovetsky no Direito do Consumidor Brasileiro	140
5	CONCLUSÃO.....	143
	REFERÊNCIAS	146

1 INTRODUÇÃO

"São muitas as motivações de um pesquisador. Mas o fundamental é ter confiança na própria imaginação e saber usá-la... a ciência é construída por aqueles que são capazes de ultrapassar certos limites que hoje são definidos pelo mundo universitário."

(Celso Furtado, *O Capitalismo Global*)

A presente dissertação objetiva verificar a realidade de consumo no Brasil a partir da teoria sobre o hiperconsumo, de Gilles Lipovetsky. Objetiva-se, para isso, realizar uma imersão nas teorias contemporâneas do pensador francês – e, por consequência, sobre consumo, cultura e modernidade em sentido amplo – e verificar sua inserção prática e teórica ante à realidade socioeconômica brasileira de consumo. Para além do sustento teórico que originou a ordem econômica constitucional – na qual o consumo se insere – e foi nela positivado, busca-se notar a coesão da realidade com o que se pôs como objetivo do Estado.

Este trabalho dividir-se-á em cinco capítulos – incluindo introdução e conclusão –, havendo subdivisões internas. No capítulo seguinte à introdução, apresenta-se a teoria da hipermodernidade de Gilles Lipovetsky. Esse teórico francês da sociologia contemporânea analisa os hábitos de consumo feitos de maneira hedonista e compulsória, dentro do que – após demonstração histórica – chamou de hipermodernidade, cujo destaque da individualidade e da expansão cultural do centro capitalista são de vital importância para sua compreensão. Será possível notar a idiosincrasia temporal e regional na qual o teórico se insere, ainda que a teoria se pretenda global (com restrições expostas pelo seu criador).

No terceiro capítulo, far-se-á subdivisões em duas partes. Na primeira, percorre-se a história da filosofia do direito para, através de um viés crítico, alcançar a atualidade conforme os caminhos teóricos apresentados por Alysson Leandro Mascaro. A partir disso, iniciando a segunda parte de tal capítulo, poder-se-á, observados elementos desta teoria francesa de hipermodernidade, compreender a estruturação de uma filosofia do direito inserta em um dos caminhos antes destacados; o que – embora a hipermodernidade e o hiperconsumo tenham sido muito mencionados em textos dogmáticos do direito do consumidor no Brasil – permitirá a análise e adequação da aplicação das ideias de Gilles Lipovetsky ao direito brasileiro, mormente à realidade de consumo da população brasileira.

Para lograr essa adequação faz-se – no quarto capítulo – uma breve apresentação da realidade de consumo brasileira, conforme dados de institutos oficiais. Segue-se, ainda em tal capítulo, um estudo do direito do consumidor – dogmática, que dentro do sistema jurídico vigente no Brasil, regula o tema abordado – com os vieses de sua origem recente e, por consequência, de sua existência dentro da ordem econômica constitucional brasileira. Espera-se, então, conseguir demonstrar que a teoria de consumo e cultura empregada para pensar o direito do consumidor brasileiro de um modo vanguardista apresenta incompatibilidades com a realidade social do país.

O Brasil divide-se em estratos (ou classes) sociais cuja delimitação é facilmente visualizada, desde as características mais sutis e contemporâneas até as mais graves e arcaicas. À tal realidade, soma-se o fato de que a formação jurídica brasileira é essencialmente composta por membros dos dois primeiros estratos sociais, notando-se que as teorias sociais levadas ao direito adaptam-se à realidade de parcela mínima da população. É a partir desses fatores que se toma o consumo como essencial ao entendimento da distância entre as estratificações sociais, por ser ele um dos motores da economia e explicativo de diversos comportamentos sociais (os quais podem ser enquadrados dentro da hipermodernidade). A realidade na qual se encontram a dogmática e as atuações estatais é, porém, inserida em um contexto mais abrangente, tanto de cultura quanto de economia. Como observado no segundo capítulo, a hipermodernidade – e, por consequência, o hiperconsumo – é a cultura prevalecente no capitalismo (central) ocidental. Portanto, o sistema econômico está enxertado num modo de produção específico, devendo haver uma consideração de tal fato para o estabelecimento de uma crítica verdadeiramente construtiva ao consumo na realidade brasileira.

Para a consecução de seus objetivos, a metodologia do trabalho foi diversificada. Primeiramente, deu-se a revisão bibliográfica do teórico francês, para que suas teorias tomassem forma concreta aos olhos do leitor, com uma compreensão holística do que seria a hipermodernidade. Seguiu-se com o entrelace da teoria com os pensamentos da filosofia do direito para atingir um quadro – com sustentação teórica – que permitisse verificar a realidade brasileira ante ao consumo hipermoderno, pelo método dialético-comparativo. Então, para garantir à revisão uma consistência fática, buscou-se, qualitativamente, os quadros de consumo no Brasil a partir de institutos oficiais de pesquisa, por método dedutivo. Por fim, pelo método documental-bibliográfico, de modo sistemático, verificou-se a dogmática do direito econômico constitucional e do direito do consumidor, apontando erros e acertos (ante possíveis adequações) da correlação feita da teoria do hiperconsumo com a realidade de consumo brasileira.

2 A HIPERMODERNIDADE POR LIPOVETSKY E O HIPERCONSUMO: a liberdade do consumidor no sistema capitalista

"Existem diferentes políticas económicas e sociais, mas não existe, por agora, uma solução à sociedade de hiperconsumo."

(Gilles Lipovetsky, *A Felicidade Paradoxal*)

Segundo o sociólogo¹ francês Gilles Lipovetsky, em nosso tempo, nasce uma nova modernidade, superando aquela da sociedade de consumo de massa, sendo uma revolução "indissociável das novas orientações do capitalismo" (LIPOVETSKY, 2006, p. 7). Datando e especificando o que delimita como capitalismo de consumo, o pensador determina a existência de três fases para tal fenômeno: o nascimento dos mercados em massa por volta dos anos 1880, que termina com a Segunda Grande Guerra (Fase I); a sociedade de consumo de massa, a partir de 1950, findando-se em três décadas (Fase II – os Trinta Gloriosos); e, a partir do final da década de 1970, a hipermodernidade, ou sociedade do hiperconsumo (Fase III), desenvolvendo-se "no palco das sociedades desenvolvidas, [...] o terceiro ato das economias de consumo" (LIPOVETSKY, 2006, p. 23-32).

O hiperconsumidor – a saber, o consumidor inserido (presente) na hipermodernidade – informa-se muito mais (técnica e especificamente) sobre os produtos que nas fases anteriores, bem como toma decisões de maneiras mais individualizada – desprendendo-se, eletivamente, dos grandes grupos e tradições anteriormente existentes –, o que permite um consumo consciente. Mas, ao mesmo tempo, há também forte apreço pessoal por marcas, hedonismo individualista, consumo emocional (psicologizado), consumo em excesso (patológico ou não), o tédio e a exclusão do consumo por parte dos indivíduos.

Para melhor compreender e explicar tal modernidade, é necessário voltar os olhos à Fase II (a sociedade do desejo) e, principalmente, para três de suas características: a lógica da moda (forma-moda); o hedonismo; a globalização das marcas. Tais características ajudam a identificar a hipermodernidade e, conseqüentemente, o próprio prefixo que compõe o vocábulo.

¹ Embora existam textos do próprio teórico no qual se posiciona como filósofo (LIPOVETSKY, 2004, p. 107), o presente texto parte do entendimento de que ele analisa a sociedade através de uma escrita de forma filosófica. Portanto – e até pela dificuldade de se fixar um termo e definição precisa para pensamentos ou autores filosóficos –, sem qualquer demérito às obras, referenciar-se-á ao teórico francês como sociólogo.

Certo é que tais fenômenos surgem na sociedade de consumo, mas a sociedade de hiperconsumo os intensifica. A forma-moda, por sua essência efêmera, faz com que os produtos de consumo alterem-se rapidamente, sendo tal alteração impulsionada vezes pela vontade do consumidor, vezes por estratégia do fornecedor. O hedonismo – isto é, a busca pelo prazer e pela satisfação constante – faz com que o consumo não seja sempre realizado pela necessidade, mas majoritariamente pela vontade. A globalização das marcas é verificada pela presença das grandes marcas por grande parte do mundo, mas sua associação com o hiperconsumo excede a marca em si, explicitando a necessidade de que se viva, ainda que minimamente, em uma sociedade globalizada para que se viva conforme a hipermodernidade. (LIPOVETSKY, 2006, p. 25-26, 30-39)

O que se nota, então, é uma intensificação da Fase II do capitalismo de consumo, uma hipérbole da sociedade de consumo e, assim, um "hiperconsumo". Como explica Lipovetsky (LIPOVETSKY, 2006, p. 20-21):

Advento de uma nova economia e de uma nova cultura de consumo não é sinônimo de mutação histórica e absoluta. A pós-sociedade de consumo de massa deve ser entendida como uma ruptura na continuidade, uma mudança de rumo sobre um fundo que se mantém. O sistema pós-fordiano que se impõe faz acompanhar de alterações profundas nos modos de estimulação da procura, nas fórmulas de venda, nos comportamentos e imaginários de consumo. No entanto, estas transformações consistem no prolongamento de uma dinâmica econômica iniciada nas últimas décadas do século XIX e inscrevem-se na longa corrente da civilização individualista da felicidade. [...] todas estas mudanças contribuem apenas para alargar a mercantilização dos modos de vida, alimentar um pouco mais o frenesim das necessidades, incitar à lógica do "sempre mais, sempre novo" que a última metade do século passado concretizou já com o êxito que conhecemos. É nestes termos que devemos pensar a "saída" da sociedade de consumo, uma saída por cima, não por baixo, por uma questão de hipermaterialismo e não pós-materialismo. A nova sociedade que toma forma funciona através do *hiperconsumo*, não do "desconsumo". (grifos nossos; itálico constante do original)

A explicação – através de paradoxos – que o sociólogo francês faz da atualidade é facilmente compreendida e transmite precisamente muitas das sensações tidas pelo consumidor – mormente, o consumidor do conteúdo de produção acadêmica que o lê. Talvez justamente por tais motivos seja Lipovetsky mencionado como referencial de grande valor aos autores que escrevem sobre o tema de consumidor na área de direito e se preocupam com a teoria ou a contextualização zetética – ou, pelo menos, para além da dogmática. Portanto, ele é citado desde em produções governamentais (BESSA e MOURA, 2014, p. 145-146), até em cursos da área (DEL MASSO, 2011, p. 29-33), passando por autores que são amplamente reconhecidos pelos

profissionais da área de consumidor (MARQUES e CAVALLAZZI, 2008) e por produções divulgadas em mídia não científica – minorando a restrição do público (BERGSTEIN, 2013).

Nota-se, contudo, que o entendimento da teoria de Lipovetsky não pode ser feito somente com a análise aparente do hiperconsumo, mas deve ser feito a partir da sociedade neste inserida. Segundo Lipovetsky (2006, p. 58) na sociedade de hiperconsumo

[...] as necessidades básicas estão satisfeitas, o comprador valoriza, é claro, o valor funcional dos produtos, mas encontra-se simultaneamente, cada vez mais, em busca de prazeres renovados, de experiências sensitivas ou estéticas, comunicacionais ou lúdicas. O que se vende é excitação e sensações várias [...].

O hiperconsumo não pode ser lido sem esse entendimento. Entretanto, não se vislumbra, – no contexto brasileiro, – o preenchimento satisfatório ou amplo dos consumos básicos. A princípio, encara-se tal apropriação das ideias de Lipovetsky para simbolizar ou situar o consumo dos brasileiros com razoável descrença.

Não se trata aqui, portanto, de uma crítica genérica ao consumo, baseada na moralidade oriunda da "anticultura material", desconsiderando sua demasiada importância econômica e social – conforme aponta a análise crítica do antropólogo inglês Daniel Miller (2007). Ao contrário, a teoria de consumo ora estudada fundamenta-se justamente pela ciência de que o consumo pela "necessidade se torna uma qualidade mais absoluta que relativa" ou de que existem, no mundo, pessoas que precisam "de mais consumo, mais remédios, mais habitação, mais transporte, mais livros, mais computadores" (MILLER, 2007).

A crítica fulcral que o trabalho pretende realizar é quanto ao modo da inserção da sociedade brasileira no hiperconsumo – e, conseqüentemente, na hipermodernidade – através da adequação dessa teoria ao direito do consumidor no Brasil, pela verificação da ótica de filosofia do direito que essas teorias nos podem apresentar. A dogmática do direito do consumidor tende a desconsiderar as diversas realidades existentes decorrentes das estratificações sociais brasileiras. Isso – aliado às políticas econômicas guiadas pelo neoliberalismo a partir da última década do século XX – conferiu a uma parte da população, antes privada quase que completamente do consumo além do essencial (supérfluo ou excedente), características hiperconsumeristas que são, por vezes, desconexas da manutenção de seu padrão de vida (sem superendividamento) – inserindo no seu cotidiano muitos padrões hedonistas, com consumo feito emocionalmente.

Em decorrência disso, o Brasil cindiu-se em três grandes segmentos: hiperconsumidores privilegiados, que sustentam suas dívidas sem qualquer percalço (mimetizando o alto padrão europeu trazido juntamente com a teoria de Lipovetsky); hiperconsumidores moderados (que mimetizam a forma, mas não o alto padrão); e hiperconsumidores superendividados ou com restrição de consumo. Nos três casos, seja pela essência do hedonismo e do consumo emocional presentes no hiperconsumo, seja pela impossibilidade de consumo por restrição patrimonial, nota-se que a liberdade de consumo no sistema capitalista – mormente nessa sua nova fase – é questionável.

Presume-se, portanto, que a contextualização dos modos de consumo no Brasil, a consequente dogmática do direito do consumidor e a teoria de Lipovetsky trazem resultados distintos daqueles que o sociólogo vislumbra para a Europa. A partir desse ponto é que se inicia e segue a presente pesquisa: investigar a aplicação das teorias de hipermodernidade e hiperconsumo na realidade brasileira, através da formulação de uma filosofia do direito na teoria de Lipovetsky.

Afirma-se, com asserção simples, que a evolução da industrialização, com o avanço das técnicas, permitiu a produção de bens e produtos padronizados em grande quantidade em diversos países. Porém, o capitalismo de consumo – origem da hipermodernidade, do qual ela é componente – nasce, também, por "uma construção cultural e social que exigiu a 'educação' dos consumidores e necessitou do espírito visionário de empresários criativos" (LIPOVETSKY, 2006, p. 24-25).

Portanto, seguir-se-á a construção temporal do capitalismo de foco cultural, o que será definido como capitalismo artista, no qual seu motor de produção (a indústria) perde o destaque social.

Tal qual não é possível explicar a hipermodernidade de Lipovetsky sem seu método – Fases I, II e III –, torna-se difícil a explicação dessa teoria sem retornar ao pensamento de seu criador. A ele, ainda que sejam acentuados os exemplos paradoxais existentes, nada escapou "à primazia da lógica do efêmero", nem mesmo a filosofia (LIPOVETSKY, 2004, p. 125). A efemeridade é a essência da moda – a aceitação, o desejo e a busca pelo que há de mais novo (LIPOVETSKY, 2009, p. 69) –, juntamente com a fantasia estética.

A comparação temporal da modernidade a partir da moda, então, justifica-se em razão da emergência da moda não ser "dissociável da revolução cultural que se inicia, na virada dos séculos XI e XIII, na classe senhorial, com promoção dos valores cortesões" (LIPOVETSKY, 2009, p. 71). Embora seja majoritariamente relegado a uma teorização desimportante (superficial) ou reduzida à distinção social (LIPOVETSKY, 2009, p. 9-11), o

sociólogo francês faz uma "abordagem menos maniqueísta" (LIPOVETSKY, 2004, p. 115), podendo ser feita em paralelo a tal abordagem a explicitação da evolução histórica e cultural da modernidade.

2.1 A "FORMA-MODA", A EFEMERIDADE E O HEDONISMO

Contra algumas correntes que entendem a moda como universal, ou consubstancial à vida social humana, Lipovetsky (2009, p. 24) afirma que é possível (e necessário) precisar historicamente o nascimento da moda, pois ela não pertenceria a todas as épocas e civilizações, mas somente poderia ser reconhecida como sistema ao final da Idade Média. Em tal época – perdurando do século XIV à metade do século XIX –, a moda manter-se-ia como inerente à aristocracia, mas já possuidora de seus traços sociais e estéticos característicos, ainda que para um restrito grupo que monopolizava "o poder de iniciativa e de criação" (LIPOVETSKY, 2009, p. 27).

É, contudo, importante entender que a moda como sistema é a moda enquanto fonte de valor mundano, marcando a excelência social, com a necessidade de um grupo seguir o que é feito de novo e adotar as últimas mudanças existentes – de modo que o presente se coloca como "eixo temporal que rege uma face superficial" nas elites da época. Não poderá existir tal sistema sem a conjugação das lógicas do efêmero e da fantasia estética. Assim, a imagem (fantasia estética) não é sobreposta pelo objeto que a ela é externo e novo, mas tal objeto a altera, redefinindo-a em detalhes ou linhas essenciais (lógica do efêmero, sempre em constante mudança). O que importa é provocar uma reação de grande essência ao seu público, mesmo que esse ainda não venha a consumir tal moda – como seria o caso da plebe enquanto a moda era restrita à aristocracia. Tal reação muitas vezes foi encontrada através de um choque com a cultura ("normas estéticas, morais e religiosas") vigente. A reação causada foi responsável por uma alteração de hábito, pois as pessoas passaram a reparar mais nos detalhes de seus trajes (próprios e de outrem). Isso gerou também uma individualização narcísica, "instrumento de alargamento do culto estético do Eu, e isso no próprio coração de uma era aristocrática", estetizando e individualizando a vaidade humana – produzindo uma personalizada aparente e criando no superficial "um instrumento de salvação, uma finalidade da existência". (LIPOVETSKY, 2009, p. 36-43)

Com tais características, as mudanças da moda passam a constranger, com um suposto dever de assimilação do que é produzido – o que se pode entender por despotismo da moda em um meio social específico. Isso se deve ao "desejo dos indivíduos de assemelhar-se àqueles que

são considerados superiores, aqueles que brilham pelo prestígio e pela posição" (a aristocracia). Assim, pode-se ter essa difusão da moda como um instrumento de representação e afirmações sociais ou um signo de pretensão social. O sistema da moda é, portanto, de regulação e pressão social. (LIPOVETSKY, 2009, p. 43-44)

Conforme dito, o grupo beneficiado primeiramente por esse sistema era o da nobreza. Porém, sua pressão social hierárquica não se restringia à aristocracia, mas atingia, também, a já estabelecida burguesia, pois esta era financeiramente capaz de adquirir os mesmos produtos e adornos da nobreza. A moda pode ser tida, inclusive, como parcialmente responsável por quebrar essa barreira cultural entre nobreza e burguesia, pois sua efemeridade característica "permitiu dissolver a ordem imutável da aparência tradicional e as distinções intangíveis entre os grupos". Portanto, antes de se findar a sociedade estamental, houve relativa democratização nas discriminantes sociais de signos. (LIPOVETSKY, 2009, p. 46)

Tais demonstrações de luxo e individualismo – ainda que um individualismo nacional e, portanto, coletivo – são decorrentes do enriquecimento europeu na Idade Média. Porém, não se pode apreender o nascimento da moda como efeito direto da expansão econômica, pois em períodos graves (retorno de regressão econômica, epidemias e peste, entre outros) a moda ganhou impulso. As consequências dos graves períodos ao final da Idade Média foram desiguais, possibilitando à burguesia concentração de grande fortuna e aumento do número de pessoas em seu estamento – enquanto os demais estamentos (e, obviamente, os membros não burgueses do Terceiro Estado) sofriam calamidades econômica e social. Essa escalada econômica de apenas um grupo foi o que permitiu a ele ascender aos signos de distinção da nobreza, como visto. Isso denota um desejo de promoção social pela mimetização do grupo que se julga socialmente superior; o que demonstra que as mudanças da moda se dão nos grupos mais acima para se distanciarem socialmente daqueles abaixo. (LIPOVETSKY, 2009, p. 56-60)

Destarte, a moda é alterada pelos grupos socialmente superiores para se diferenciar do que se pode ter como comum; em seguida, ela é mimetizada por grupos inferiores, para se aproximar daqueles socialmente distintos e obter relativo prestígio (ainda que somente por signo); ato contínuo, os grupos superiores buscam novamente a distância. Tendo tal lógica sido restrita ao final da Idade Média e início do sistema moda, chega-se à ideia da origem da fugacidade ou efemeridade desse sistema.

Os objetos ou produtos mimetizados eram sinônimo de luxo. É, então, interessante que, mesmo que brevemente, faça-se um apontamento sobre as razões do luxo da aristocracia. Lipovetsky (2009, p. 63) afirma que "o consumo das classes superiores obedece essencialmente

ao princípio do esbanjamento ostentatório, e isso a fim de atrair a estima e a inveja dos outros".

E continua:

[...] O móvel que está na raiz do consumo é a rivalidade dos homens, o amor-próprio que os leva a querer comparar-se vantajosamente aos outros e prevalecer sobre eles. Para conquistar e conservar honra e prestígio, as classes superiores devem dar e despende amplamente, devem fazer exibição de riqueza e de luxo, manifestar ostensivamente, por suas boas maneiras, seu decoro, seus adereços, que não estão sujeitas ao trabalho produtivo e indigno. A moda, com suas variações rápidas e "inúteis", acha-se particularmente adaptada para intensificar o dispêndio ostensivo, [...] um instrumento de obtenção da honorabilidade social. (LIPOVETSKY, 2009; grifo nosso)

Entretanto, para o autor, a moda demonstra uma relação de si com os outros e o desejo de afirmar uma personalidade própria, mais que um simples embate entre grupos superiores e inferiores ou busca pela honorabilidade – ainda que não deixe de demonstrar efetivamente essas últimas características. Há diversos sinais de que a tomada de consciência da época de nascimento da moda (ou durante seu estabelecimento) é de uma inédita identidade subjetiva (como o aparecimento da autobiografia, retrato, autorretrato, entre outros). Portanto, além de simplesmente se vangloriar ou honorificar, os grupos privilegiados buscaram inventar artifícios para personalizar sua aparência – combinando "o advento da lógica individualista-estética como lógica da diferença e da autonomia". A "mudança" e o "novo" ganham valor central na "revolução da relação com o devir histórico e o efêmero". É, então, que ocorre uma inversão fundamental na orientação temporal da vida social, advinda da permissão e possibilidade dos indivíduos de singularizarem-se, tornando o presente mais prestigioso que o passado (que a tradição). (LIPOVETSKY, 2009, p. 67-69)

A individualização criada nesse momento propiciou um "superinvestimento na ordem das aparências, o refinamento e a estetização das formas", causando uma "busca acelerada dos prazeres". Assim, entende-se que a moda caracteriza um símbolo do progresso do gosto estético, para além da ampliação de riquezas (LIPOVETSKY, 2009, p 70-73). Deste modo, estabelecidas a efemeridade e o hedonismo, surge um estabelecido sistema moda, o qual manter-se-á em uma organização (estrutura de longa duração) da segunda metade do século XIX até a década de 1960, em que pese a existência de "incessantes reviravoltas ou 'revoluções' estilísticas" (LIPOVETSKY, 2009, p. 79).

Esse período de estabilização do sistema – onde o que se poderá chamar de "forma-moda" é ainda restrito a ele – coincide (não sem razão) com a Fase I do capitalismo de consumo, como visto no início deste capítulo. De modo geral, as técnicas de produção em continuidade "permitiram igualmente produzir em série bens standardizados que,

acondicionados em pequenas quantidades e sob o nome de uma marca, passaram a ser distribuídos à estala nacional, a um preço unitário muito reduzido" (LIPOVETSKY, 2006, p. 24). Por sua vez, a moda gerou a Alta Costura e a confecção industrial, num sistema "bipolar fundado sobre uma criação de luxo e sob medida, opondo-se a uma produção de massa, em série e barata, imitando de perto ou de longe os modelos prestigiosos e *griffés* da Alta Costura" (LIPOVETSKY, 2009, p. 80). Há a monopolização da invenção por parte das renomadas grifes, que geram inspiração para as outras indústrias as seguirem com certo atraso e preços incomparavelmente mais baixos, gerando uma relativa democratização da moda.

A democratização da moda não significa uniformização ou igualação do parecer; novos signos mais sutis e mais nuançados, especialmente de *griffes*, de cortes, de tecidos, continuaram a assegurar as funções de distinção e de excelência social. Ela significa redução das marcas da distância social, amortecimento do princípio aristocrático do *conspicuous consumption* [consumo como instrumento de obtenção da honorabilidade social ante os demais grupos superiores ou inferiores], paralelamente a esses novos critérios que são a esbeltez, a juventude, o sex-appeal, a comodidade, a descrição. A moda de cem anos não eliminou os signos da posição social; atenuou-os, promovendo pontos de referência que valorizam mais os atributos mais pessoais: magreza, juventude, sex appeal, etc. (LIPOVETSKY, 2009, p. 87)²

Desta maneira, com tal democratização, a moda aproxima as maneiras de se vestir e difunde, em todas as classes, os gostos pelas novidades, fazendo ser comum o desejo massivo pelas frivolidades. Era melhor parecer ridículo que estar "fora de moda", o que denota ser a moda um imperativo social, mais que um direito (LIPOVETSKY, 2009, p. 90). Todavia, há um esforço para que essa disseminação seja efetiva. Assim como se afirmou a existência de uma Alta Costura imitada pela costura industrial, vê-se que não pode haver tal paralelo sem uma referência. Portanto, já nesse início do capitalismo de consumo, "os produtos passam a apresentar um nome, atribuído pelo fabricante: a marca"; em verdade, proliferaram-se marcas que, passado um século e meio, continuam renomadas (v.g., Coca-Cola, *Procter & Gamble*, Kodak, Heinz). O consumidor passa a confiar na marca (símbolo de garantia e qualidade) e no

² Lipovetsky aponta, também, o surgimento do *sportswear* como sequência da influência de trajes próprios de algumas modalidades de esporte adaptados às roupas causais. Passou-se a utilizar conjuntos esporte (e não apenas suas influências) mesmo para passear na cidade como algo chique e não vulgar. Afirma-se, inclusive, que "[o]s esportes não apenas fizeram evoluir os trajes especializados, mas contribuíram de maneira crucial, para mudar as linhas do vestuário feminino em geral, criando um novo ideal estético de feminilidade. Pelo ângulo do culto esportivo, impôs-se o protótipo da mulher esguia, esbelta, moderna, que joga tênis e golfe, por oposição à mulher vaporosa, sedentária, entravada em seus babados e rendas" (LIPOVETSKY, 2009, p. 89), indicando que havia uma sensação de libertação e leveza para a mulher com a libertação do seu corpo, que poderia, então, ser exibido. Nota-se, com isso, que o "libertar-se" da moda é não mais oprimir o próprio corpo com panos, mas – paradoxalmente – encarcerar-se em novos padrões de beleza (quicá inatingíveis) impostos, mormente às mulheres, para o gosto e deleite machista.

fabricante, e não mais tanto no vendedor – o cliente torna-se o consumidor dos tempos modernos. A "tripla invenção da marca, da embalagem e da publicidade" fez surgir esse consumidor, que compra sem o necessário intermédio de um comerciante e confia mais na assinatura que na verdadeira qualidade do produto (LIPOVETSKY, 2006, p. 26).

Com essa lógica, a Alta Costura empregou burocraticamente processos inéditos de sedução que inauguraram uma nova lógica de poder. Ela contribuiu para uma grande revolução comercial (com "manequins de sonho, réplicas vivas e luxuosas das vitrines atrativas"), consistente em estimular e desculpabilizar a compra e o consumo com "estratégia de encenação publicitária"; é a sedução "pela embriaguez da mudança, pela multiplicação dos protótipos e pela possibilidade da escolha individual" (LIPOVETSKY, 2006, p. 110-111). Nesse advento das marcas, são juntos gerados os "grandes armazéns" (v.g., *Printemps*, *Le Bon Marché*, *Macy's*, *Bloomingdale*), locais que metamorfoseiam as lojas em festa permanente, empenhando-se em estimular a necessidade de consumir, como um verdadeiro prazer na compra, desculpabilizando o consumo e tornando a ida às compras um hobby, "um estilo de vida das classes médias". Inventam-se assim, o consumo-sedução, o consumo-distração (LIPOVETSKY, 2006, p. 26-28).

Há para o consumidor, em que pese a mimetização generalizada, um foco em destacar-se e se diferenciar. Criam-se, assim, elos entre desejos, emoções, traços de personalidade e de caráter (pela possibilidade de individualização do consumidor), fazendo que o consumo seja psicologizado. "Com a psicologização do parecer abre-se o prazer narcísico de se metamorfosear aos olhos dos outros e de si mesmo, de 'mudar de pele', de se tornar e de se sentir como uma outra, mudando de toalete" (LIPOVETSKY 2009, p. 112). É uma factível inauguração

[...] de um poder maleável, sem injunção estrita, incorporando em seu funcionamento os gostos imprevisíveis e diversificados do público. Dispositivo rico em futuro, já que se tornará a forma preponderante do controle social nas sociedades democráticas, à medida que estas se engajarem na era do consumo e da comunicação de massa. Os produtos na sociedade de consumo repousam, com efeito, sobre o mesmo princípio dos modelos das coleções dos costureiros: jamais se oferecem num tipo único, cada vez mais é possível escolher entre tal ou tal variante, entre tais ou tais acessórios, séries ou programas, e combinar livremente seus elementos; [...] o consumo de massa implica a multiplicação dos modelos, a diversificação das séries, a produção de diferenças opcionais, a estimulação de uma procura personalizada. De uma maneira mais geral, na *open society*, os aparelhos burocráticos que agora organizam a produção, a distribuição, a mídia, o ensino, os lazeres, reservam um lugar maior, sistemático, aos desejos individuais, à participação, à psicologização, à opção. [...] Não abdicação do poder, mas emergência de um poder aberto e maleável, poder de sedução

prefigurando aquele mesmo que se tornará dominante na sociedade da superescolha. (LIPOVETSKY, 2009, p. 114-115)

A democratização apresentada na Fase I – com, inclusive, o emergir de uma classe média, distante da burguesia e (relativamente) distinta do proletariado – é ainda diminuta. Conforme afirma o sociólogo francês, cria-se "um consumo de massa imperfeito, predominantemente burguês" (LIPOVETSKY, 2006, p. 25). Entretanto, na transição entre a Fase I e a Fase II, há uma pequena mudança, a emergência de um novo sistema, sem ruptura histórica ou quebra de laço com o anterior – a mudança é reativa às transformações sociais, culturais e organizacionais ao final da Segunda Guerra. Tal época é marcada por excepcional crescimento econômico, ao que Lipovetsky denominou "sociedade da abundância", com origem a um poder de compra discricionário em cada vez mais diversas camadas sociais, difusão de crédito que permitiu a liberação das urgências dos consumos imediatos. Com isso, pela "primeira vez, as massas acedem a uma procura material psicologizada e mais individualizada, a um modo de vida (bens duradouros, atividades de lazer, férias, moda) até então exclusivo das elites sociais" (LIPOVETSKY, 2006, p. 28-29). A ordem econômica desse momento é, sem quaisquer dúvidas, de essência fordista, mas, em parte, ela passa a se construir segundo os princípios supramencionados da sedução, do efêmero e da diferenciação dos mercados; "ao *marketing* típico da fase I sucedem as estratégias de segmentação centradas na idade e nos factores socioculturais. É um ciclo intermédio e híbrido, em que a lógica fordiana se combina com a lógica da moda" (LIPOVETSKY, 2006, p. 30).

Por tal feito, a moda também se altera em função da economia. Exsurge o que passou a se chamar de *prêt-à-porter* – que são as peças de vestuários realmente acessíveis a todos, mesmo que seguindo as modas das classes mais abastadas –, devido à lógica de produção industrial (fordiana ou fordista). A partir disso, igualmente, o luxuoso perde a importância para a moda, tal qual o dispêndio ostensivo. Além da maior simplicidade nos traços da moda, algo que se torna paralelo aos demais produtos é a personalização, que intensifica o dinamismo criativo, multiplica as variações e valoriza a inovação estética. Ingressa-se à "era da superescolha democrática, das pequenas peças e 'coordenados' baratos, na sedução mediana do 'bonito e barato' e da relação estética-preço". (LIPOVETSKY, 2009, p. 126 e 132)

Após a Segunda Guerra Mundial, o desejo de moda expandiu-se com força, tornou-se um fenômeno geral, que diz respeito a todas as camadas da sociedade. Na raiz do *prêt-à-porter*, há essa democratização última dos gostos de moda trazida pelos ideais individualistas, pela multiplicação das revistas femininas e pelo cinema, mas também pela vontade viver no presente

estimulada pela nova cultura hedonista de massa. A elevação do nível de vida, a cultura do bem-estar, do lazer e da felicidade imediata acarretam a última etapa da legitimação e da democratização das paixões da moda. Os signos efêmeros e estéticos da moda deixaram de aparecer, nas classes populares, como um fenômeno inacessível reservado aos outros; tornaram-se uma exigência de massa, um cenário de vida decorrente de uma sociedade que sacraliza a mudança, o prazer, as novidades. (LIPOVETSKY, 2009, p. 132-133, grifos nossos, itálico presente no original)

É, deste modo, consolidada a sociedade de consumo de massa – "projeto de sociedade e objetivo supremo das sociedades ocidentais" –, sociedade do desejo. Longe de se resumir à veloz subida do nível de vida, estimula-se a sedução e os desejos, o hedonismo, a despesa, o humor, a libertação e o tempo presente – contrariando as sociedades anteriores que, para a maioria da população, estimulavam a coerção, o dever, a poupança, a solenidade e o recalçamento. Cria-se o imaginário de uma felicidade atingível pelo consumo. (LIPOVETSKY, 2006, p. 30-31)

O culto desse hedonismo e individualismo acarretaram no impulso de uma cultura jovem. A necessidade de distinção e de sedução intercambiou-se para o emocional e psicológico, satisfazendo-se pelo consumo contínuo e busca da aparência mais hedonista possível: a jovem. Externada por uma inversão de modelo de comportamento – pela qual não mais o jovem quer se parecer com o adulto, mas o adulto quer se parecer com o jovem –, há uma exaltação do aparentar menos idade, deixando para um segundo plano a exibição da excelência social (posição social). Cada vez mais, a sedução supera a honorabilidade social através da aparência – o que se imita não mais é o grupo social superior, mas o modelo mais jovem ou sedutor. Há um culto da juventude e do corpo que "caminham juntos, exigem o mesmo olhar constante sobre si mesmo, a mesma autovigilância narcísica, a mesma coação de informação e de adaptação às novidades" – algo próximo de uma "*gestalt* jovem". (LIPOVETSKY, 2009, p. 139-142)

Portanto, uma vez que se aparentar jovem (ou sedutor) é uma constante psicologicamente necessária, nota-se que não há – mesmo com concreta autonomização e individualização do consumo, dos desejos e dos atos que unem estes – desaparecimento dos códigos sociais ou dos fenômenos miméticos, ainda que as coações sejam menos uniformes e permitam mais escolha. Lipovetsky (2009, p. 167), assim, denuncia "a autonomia privada como uma ilusão da consciência pré-sociológica", restando "claro que a independência individual, no absoluto, é um mito", mas admite que existam graus de autonomia das pessoas que vivem em sociedade.

Nesse ponto, abre-se espaço para uma forte contestação à essa coação social. Fizeram-se notar, com isso, as culturas de ruptura, certa forma de contestação social, através, entre outros, "do exotismo e no folclórico (hippie), na confusão dos sexos (cabelos compridos para os homens), na negligência, no excesso do feio e do repulsivo (punk), na afirmação étnica (rasta, afro)" (LIPOVETSKY, 2009, p. 147). É possível, porém, observar que tal contestação social reivindica para si uma moda distinta daquela de ditames oficiais – tanto é assim que essas padronizações de estilos contra culturais são notadas em grupos – e, portanto, é uma reivindicação dentro do capitalismo (nesse caso do capitalismo de consumo) e por ele controlada³.

Com essa aparente contestação social, cria-se a ideia de que a modernidade será encarada pelo antagonismo de todas as suas características e, portanto, superada. A essa superação, passou-se a chamar vulgarmente como "pós-modernismo".

A Fase II deve ser caracterizada – para países centrais à economia capitalista – como a época em que o rendimento do indivíduo ultrapassa o mínimo essencial para que ele possa prover necessidades básicas, ampliando o poder de compra discricionário, que era, até então, exclusivo da burguesia, para um público maior. Concomitantemente – numa situação de causa e efeito –, as indústrias culturais desenvolveram-se em maior velocidade, proporcionando aos novos consumidores o culto aos prazeres privados, novidades e atividades de lazer. As classes mais baixas passam – através do que o salário ora permite – a ter uma relação do rendimento como meio de acesso ao lazer e certa forma de liberdade (afastamento do consumo urgente e do consumo de necessidade). Moda, férias, lazer e o supérfluo tornam-se aspirações e desejos de praticamente todos os grupos sociais. (LIPOVETSKY, 2006, p. 84-5)

Essa rápida expansão do consumo e da comunicação de massas da Fase II, aliada ao avanço tecnológico visível – e, até certo ponto, acessível – sem precedentes, permitiu relativo enfraquecimento das normas autoritárias e disciplinares (no âmbito individual), um "surto de individualização; consagração do hedonismo e do psicologismo; perda da fé no futuro revolucionário; descontentamento com as paixões políticas e as militâncias", tudo o que

³ Como exemplo de cultura que é controlada pelo capitalismo, tem-se o hip-hop, tanto em sua origem quanto em seu desdobramento brasileiro. Oriundo de movimentos culturais de contestação e protesto nos Estados Unidos da América (EUA), influenciado pelas reivindicações dos movimentos civis, pelas denúncias contra as opressões periféricas estadunidenses e pela música negra daquele país, o hip-hop nasce e, em todas as suas vertentes (rap, grafite, *break dance* e *disc jockeying*), transporta-se para o Brasil. No país sul americano, seria influenciado, ainda, pelo samba e permeado das denúncias históricas de racismo, rememorando a escravização e conseqüente segregação institucionalizada pelas políticas governamentais brasileiras. Contudo, mesmo tendo nascido como uma cultura de contestação, ele é – após conseqüentes tentativas de exortação pelos dominantes do *status quo* – absorvido pelos interesses mercadológicos e difundido ao gosto e prazer do poder que outrora denunciava (RIBEIRO e ALMEIDA PRADO, 2016).

influenciou um período de transição entre as Fases II e III. Para Lipovetsky, é certo que isso caracterizava um erro na etimologia da própria expressão "pós-moderno", pois não se teria nele uma superação completa da modernidade anterior, mas a apresentação de um novo gênero de modernidade. Contudo, há grande importância na própria construção desse período de transição chamado de "pós-modernismo". Tal prefixo revela que a referência dos que assim o entendiam (como superação da modernidade) era o passado; isto é, olhavam para o passado, querendo a ele se opor, mas pensavam ou propunham a construção de um futuro, mantendo seus esforços no ideal de "preservar uma liberdade nova, conquistada da dissolução dos enquadramentos sociais políticos e ideológicos". Tratou-se de uma exaltação exagerada ao segmento temporal do "presente", com uma "tranquilidade descontraída" em relação ao futuro. (LIPOVETSKY, 2004, p. 52-53 e 71)

O que se nota nesse período transicional é um relativo efeito do consumo de massa imperfeito da Fase I. A inauguração da modernidade permitiu um pensar distante dos dogmas religiosos e tradicionais – inclusive com contestações a esses –, o que possibilitaria uma autonomização completa dos indivíduos. Contudo, observou-se que apenas poucos indivíduos dos grupos dominantes podiam, de fato, gozar da autonomização por inteiro; restou ao restante, simplesmente, a substituição dos dogmas pela racionalidade e pelo Estado, tornando-se a autonomização mera teoria e expectativa. A cessação do sentimento de dependência à Nação – e as condições econômicas favoráveis –, com o final da Fase I, permitiram a grande parte dos indivíduos conquistar a almejada autonomia. Entretanto, ao deixar a lógica do dever – primeiro aos dogmas religiosos e depois ao Estado –, abriu-se espaço à falta dessa lógica, suprida pela busca da felicidade e estimulação dos sentidos (hedonismo), pelo consumismo, pelo conforto material e psicológico e a preocupação individualista com o próprio ser. O auge dessa derrocada da lógica do dever – e uma consequente diminuição de freios institucionais – ocorreu no pós-modernismo, com a supramencionada exaltação do tempo presente. (BRAGA, 2010, p. 51-52)

Esse tempo pós-moderno – que pode ser metaforizado na imagem da cultura *hippie* – foi, contudo, apenas uma rápida transição, vez que, como expõe Lipovetsky (2004, p. 53), "a coruja de Minerva anunciava o nascimento do pós-moderno no momento mesmo em que se esboçava a hipermodernização do mundo". A pós-modernidade foi, entretanto, necessária para formulação da hipermodernidade como a conhecemos – permeada por suas idiossincrasias como o hedonismo e a efemeridade. Ocorre um "presentismo de segunda geração, subjacente à globalização neoliberal e à revolução informática [...] [com] séries de fenômenos [que] se conjugam para 'comprimir o espaço-tempo', elevando a voltagem da lógica da brevidade" (LIPOVETSKY, 2004, p. 62); mas, mesmo sendo o eixo do presente "dominante, ele não é

absoluto: a cultura de prevenção e a 'ética do futuro' dão nova vida aos imperativos da posteridade menos ou mais distantes" (LIPOVETSKY, 2004, p. 69).

Deste modo dá-se a transição entre as Fases II e III: com uma tentativa anterior e breve de ruptura da cultura moderna, mas com a consolidação e intensificação das características desta mesma cultura.

Portanto, o que se mostrou, em verdade, foi uma "moda consumada", eivando todas as classes na "embriaguez da mudança e das paixonites", submetidas ao reino da moda, estando todos imersos nela e em seus imperativos: a efemeridade, o hedonismo (ou a sedução) e a diferenciação marginal (contestação). Uma nova geração de sociedade, leve e frívola, mas ainda burocrática.

Não mais a imposição coercitiva das disciplinas, mas a socialização pela escolha e pela imagem. Não mais a Revolução, mas a paixonite do sentido. Não mais a solenidade ideológica, mas a comunicação publicitária. Não mais o rigorismo, mas a sedução do consumo e do psicologismo. Desprendemo-nos em algumas décadas do primado das ideologias rígidas e do esquema disciplinar característico da fase heroica das democracias; as sociedades contemporâneas reciclaram-se em *kit* e em serviço expresso. [...] A moda consumada não significa o desaparecimento dos conteúdos sociais e políticos em favor de uma pura gratuidade "esnobe", formalista, sem negatividade histórica. Significa uma nova relação com os ideais, um novo investimento nos valores democráticos e, no mesmo passo, aceleração das transformações históricas [...]. (LIPOVETSKY, 2009, p. 180-181)

Sébastien Charles (*in* LIPOVETSKY, 2004, p. 30-31), professor de filosofia na Universidade de Sherbrooke (Canadá), sintetiza a interferência da moda na sociedade de consumo contemporânea ao afirmar que "[o] sistema final da moda sacraliza a felicidade privada das pessoas e destrói em benefício de reivindicações e preocupações pessoais as solidariedades e consciências de classe". E continua, "...as esferas da vida social e individual se reorganizam em função do consumo. A primeira e a segunda fase do consumo haviam tido como consequência a criação do consumidor moderno [...]; a última fase estendeu ao infinito o domínio do consumo".

A hipermodernidade, portanto, transparece uma supremacia da "forma moda", vez que as características próprias da moda aqui tratadas transpassaram o seu nicho – superando, portanto, o sistema-moda – e se fizeram presente, em maior ou menor grau, na maioria das partes do quotidiano. Certamente, há exceções, pois a forma moda (a euforia, a sedução) não é onipresente em algumas essências da vida coletiva atual como "tecnologia da guerra, atentados terroristas, catástrofe nuclear, desemprego, trabalho parcelado, xenofobia"; ademais, mesmo

nas diversas instâncias em que se verifica a presença da forma moda, esta "pode cruzá-[las], por vezes rearticulá-[las], mas não [as] absorve em sua exclusiva lógica" (LIPOVETSKY, 2009, p. 181-182).

Destarte, assume-se como premissa a "forma moda" para o consumo, sabendo não ser ela exauriente, mas necessária para compreender a sociedade de consumo que é "programação do cotidiano: ela manipula e quadricula racionalmente a vida individual e social em todos os seus interstícios; tudo se torna artifício e ilusão a serviço do lucro capitalista e das classes dominantes" (LIPOVETSKY, 2009, p. 181-182).

Entretanto, outras premissas devem ser estabelecidas, além da forma moda, vez que – como exposto na abertura deste capítulo – o hiperconsumo não ocorre sem a satisfação das necessidades básicas. Portanto, há uma restrição situacional para o desenvolvimento da sociedade hipermoderna. Com esse pensamento, é possível aferir que a forma moda – fenômeno como descrito, intensificação do sistema-moda –, por suas características próprias (como a rápida mudança), absorve influências estrangeiras ocasionais, sem alterar sua essência. Tal essência é originalmente europeia – pelo seu local de surgimento e desenvolvimento antes da expansão – e o hiperconsumo difundiu-se com os moldes dessa origem. (LIPOVETSKY, 2009, p. 30)

2.2 GLOBALIZAÇÃO E A "CULTURA-MUNDO"

A difusão da hipermodernidade é, na verdade, a difusão das culturas europeia e estadunidense, absorvendo peculiaridades das localidades onde repousa. Para Lipovetsky (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 2), "tudo tende a assumir um tom cultural, estético e semiótico" – há, portanto, significativa expressão e influência da forma moda. O sociólogo francês entende que o fenômeno da globalização é uma "onda poderosa e irreversível de unificação do mundo" (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 1). Ele afirma que

[...] constituiria um reducionismo circunscrever a globalização contemporânea ou hipermoderna a um mero conjunto de realidades geopolíticas ou técnico-comerciais. Ela também incide sobre o universo cultural, estabelecendo padrões inéditos que comportam um reposicionamento e um redimensionamento da cultura no contexto social. A globalização é também uma manifestação cultural.

Assim, tem-se como referência para essa dissertação a globalização em seu âmbito cultural, mais que econômico – ainda que este seja envolvido por aquele –, definição a qual o

sociólogo francês alcunha de "cultura-mundo" – sinônimo de hipercultura (cultura na hipermodernidade).

Em um fenômeno que se poderia denominar de primeira globalização, a Europa colonizou continentes inteiros, colocando a si um papel universal de civilizadora – entendendo, portanto, as demais culturas como menos relevantes que a sua própria, isso quando entendiam que havia em outra territorialidade uma cultura. Com lógicas de estruturas que pretendem a difusão de uma cultura comum pelo mundo, objetivos e formas de consumo próximos, normas universais e esquemas de pensamento e ação sem barreiras, a segunda globalização – esta de que se trata neste trabalho – tem semelhanças e disparidades com a primeira. Os propulsores dessa segunda globalização são, novamente, os pertencentes (como epicentro) da civilização ocidental, cuja cultura não pode ser encarada como encerrada em si mesma entre demais, pois seus princípios foram propagados por todo o planeta com uma construção própria de validade universal – seja pela forma de estruturação lógica de tais princípios, seja pela imposição deles à força. De todo modo, pode-se aferir que a supremacia nos "domínios científico e tecnológico, econômico e militar" foi o que conferiu a expressiva influência da cultura ocidental sobre as demais. (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 4, 41, 61)

Portanto, o que aqui se chama de globalização pode ser corretamente denominado ocidentalização. Tal assertiva é de tamanha solidez que "modernizar-se, de certa forma, é sinônimo de ocidentalizar-se, ou seja, amoldar-se e reestruturar-se a partir dos núcleos fundamentais da cultura-mundo provenientes da Europa" (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 63), o que – no entender do teórico – tornaria a civilização ocidental única e universal, ainda que nem todo seu conteúdo seja universal. O que se nota, porém, é que o modo de produção criado nessa cultura ocidental, em todos os continentes, impôs suas leis e a si mesmo à vida econômica global, fazendo prevalecer a ordem técnico-mercantil, valores do consumo e a individualização dos modos de existência (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 63).

O modelo imaginário-social existente (de competitividade, negócios, lucros, desempenho profissional, aprimoramento de resultados a baixo custo, entre outros) faz aparecer um hipercapitalismo sob a forma da cultura-mundo. Deve-se ter em mente que a derrocada do modelo econômico-político soviético – único que apresentava contraponto em larga escala ao modelo ocidentalizado⁴ – foi essencial para o sucesso da cultura-mundo e de seu aparente

⁴ Lipovetsky (2006, p. 315) aponta que existem muitas discordâncias intrínsecas à sociedade do hiperconsumo, mas que elas são essenciais à manutenção desta, pois além de reforçarem suas características fundamentais, ainda permitem a sua adaptação. O autor afirma, portanto: "Não sejamos ingênuos ao ponto de acreditar que estas 'dissidências' bastarão para provocar uma mudança de rumo: limitam-se a indicar que a multiplicação e a renovação perpétua dos bens de consumo não podem ser considerados (*sic*) como a única e principal vocação do homem."

liberalismo planetário; não foi, então, fortuitamente nem naturalmente que ocorreu tal sucesso. Assim, havendo um só modelo macro, o sistema de capitalismo globalizado – financeiro e como um hipercapitalismo desenfreado – passa a se consolidar e disseminar, triunfante. A organização entre Estado e mercado garante uma espécie de governabilidade política da globalização, com maior prudência e equilíbrio financeiro, além de – por diversos fatores – resguardar uma responsabilidade ambiental na sua forma de desenvolvimento. (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 8-10)

É necessário, então, que as características dessa ocidentalização sejam demonstradas. Segundo Lipovetsky (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 4), a cultura-mundo representa um universalismo concreto, complexo – com realidades estruturais que se entrecruzam, interagem e colidem –, tendo, como princípios fundadores, o mercado, o consumo⁵, o progresso técnico-científico, o individualismo e a indústria cultural e da comunicação. Com isso, nota-se a distinção – se não a superação – da modernidade que se pretendia humanista (de humanismo universal e abstrato, com ideal moral e filosófico para emancipação humana), bem como do internacionalismo proletário e de revolução. Sendo, então, configurada pelo capitalismo – com a expansão universal deste – e pelas essências da sociedade de consumo (forma moda), a cultura mundo traduz uma nova configuração do espaço-tempo e consagra os direitos do indivíduo e da ecologia (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 6) – v.g., créditos de carbono. No âmbito econômico, "o sistema de mercado se espalhou pela Terra e todas as nações se engajaram no caminho das privatizações e da desregulamentação econômico-financeira" (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 8). O simbolismo econômico é, também, dominante; uma vez que a cultura do negócio é triunfante e atrai desejos e aspirações, ganhar dinheiro, ter fama ou ser um indivíduo "bem-sucedido" equivalem a ser exitoso (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 10).

Com empreendimentos e estabelecimentos sempre mais gigantes, atividades sempre mais velozes (v.g., *e-commerce*), créditos mais fáceis – e endividamento familiar –, maior quantidade de marcas com produtos de alta qualidade e alcance global, além de gastos em produtos luxuosos, o capitalismo do hiperconsumo é protuberante na esfera mercantil, consubstanciado na expansão da lógica do consumo e da escolha individuais – expandida a todos os domínios da vida. Isso se deve à intensificação de outra característica dessa ocidentalização, qual seja, a técnica. A cultura da eficácia generalizada e ilimitada é transmitida

⁵ A tradução realizada pela Editora Manole (por Armando Braio Ara) é a única que traz "consumo" e "hiperconsumo" como "consumismo" e "hiperconsumismo"; por uma questão de unicidade na presente dissertação e, principalmente, coerência com os textos originais de Lipovetsky, adotar-se-á, sempre que possível, "consumo" e "hiperconsumo".

– e, de certo modo, consolidada – no mundo todo. Não apenas pela utilização de máquinas, mas pela transmissão do estilo de vida, da forma de pensar, do modo de organizar o trabalho ou de produzir e da educação. Paradoxalmente, é nos recursos da técnica que se busca o desenvolvimento sustentável, o qual minora os efeitos danosos do uso da técnica em períodos anteriores. Assim, a técnica deixou de ser mera parte da civilização para se tornar a lógica de ordenamento das culturas e das dimensões da vida – social ou economicamente, cultural ou individualmente. (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 18 e 26-27)

Tal qual se considera a hipermodernidade a época da moda consumada, pode-se afirmar que é o período da modernidade consumada – não mais limitada em relação aos seus três alicerces: mercado, eficiência técnica e indivíduo. Busca-se, a todo tempo, justificar a utilização da técnica por sua eficiência, a qual é externamente comprovada através de algum método técnico; assim, moderniza-se a própria modernidade (racionaliza-se a racionalização). Ao tempo que a cultura "do mais rápido e do sempre mais" passa a vigorar, certo é que as visões grandiosas da história (mormente, do futuro), com um horizonte de esperança, diminuem ou desaparecem – tanto pelo imperativo da eficiência, quanto pela necessidade da sobrevivência, com mudanças constantes sem o peso de uma visão utópica. (LIPOVETSKY, 2004, p. 54-57)

Outro de seus eixos alicerçais, o individualismo é também marcante à cultura-mundo; as estruturas sociais que àquele (e a seu extravasamento) serviam como refreamento – v.g., tradição, família, Igreja, partidos políticos – têm sua autoridade esvaziada, em benefício da expansão do sentimento individualista e seus princípios. Assim, as culturas autoritárias herdadas da primeira modernidade são alteradas pela dinâmica de individualização. Novos referenciais, correspondentes ao êxito individual – iniciativa privada, dinheiros, competição, empreendedorismo –, são introduzidos. Como consolidação desses princípios individualistas, há retração do Estado e de suas normas de cunho impositivo, com enfraquecimento de sindicatos e extremada diminuição do número de indivíduos que enxergam a superação do sistema capitalista. Ocorre, inclusive, a reedificação de entidades coletivas – como novas igrejas e religiões, e.g. –, o que não diminui nem contraria a lógica individualista, pois não há mais uma imposição da adoção das práticas ou pertencimento a tais entidades; tais agrupamentos, mesmo quando são retorno às origens familiares, dão-se voluntariamente, por um agir pessoal e, portanto, individualista, ocasionando uma vinculação por vezes volátil. (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 34-37)

Juntamente com essa lógica individualista – e, portanto, hedonista, por representar a busca da satisfação pessoal –, há a lógica da efemeridade. Os grandes ideais foram substituídos pela diversão, pelo esporte, pela mídia, pela velocidade de informações. Como exemplo,

podem-se tomar as artes – e.g., museus –, cuja procura dá-se mais por preenchimento de tempo, diversão e turismo que por contemplação e tentativa de entendimento da obra em si⁶. Trata-se de uma facilidade imediatista. A profusão de mercadorias (por eterna busca de produtos novos), a desregulamentação (pela facilidade aparente originária da lógica efêmera e tecnicista-produtivista) e a desinstitucionalização (pela busca rápida por mudanças fora dos sistemas tidos como engessados) desenrolam a época do hiperconsumo; os centros de decisão do ocidente demonstram uma incapacidade de regulamentar o caos generalizado próprio da hipermodernidade. Nesse contexto, a maior potência econômica mundial, os Estados Unidos da América – EEUU, releva explícita dependência econômica e financeira do restante dos países; ao mesmo tempo, é notória a busca dos EEUU por um controle de grande parte do mercado e pela imposição de seus valores (direitos humanos e democracia liberal), por meio de guerras ou medidas arbitrárias (via Fundo Monetário Internacional – FMI – e Banco mundial), além do que se poderia denominar como dominação cultural. Assim, tem-se que a "cultura-mundo significa o triunfo do espírito capitalista, mas, ao mesmo tempo, anda junto com a animosidade contra os Estados Unidos, que, de forma prototípica, simbolizam o regime". Dessarte, é possível, pelo menos em primeira vista, concluir que a forma da disseminação da cultura-mundo permite que os seus ideais e valores persistam independentemente dos atores. (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 44-45 e 58)

A relação do indivíduo com o avanço dos ideais capitalistas é demonstrada, também, na sua relação com o espaço-tempo, mormente em relação ao que se pretende para o futuro. Lipovetsky (2004, p. 68), afirma que – ao contrário do período de transição entre a Fase II e a Fase III:

[...] [não ocorre] ruína do futuro: essa última simplesmente não é mais ideológico-política, estando agora contida na dinâmica técnica e científica. Quanto mais a época se organiza no culto democrático erigido num absoluto de novo tipo, mais os laboratórios concebem um futuro dessemelhante e trabalham para produzir um universo de ficção científica, até mais inacreditável que esta. Quanto menos se tem uma visão teleológica do futuro, mais ele se presta à invenção hiper-realista, com o binômio ciência-técnica ambicionando explorar o infinitamente grande e o infinitamente pequeno, remodelar a vida, gerar mutantes, oferecer um simulacro de imortalidade, ressuscitar espécies desaparecidas, programar o futuro genético. Nunca antes

⁶ Lipovetsky (2004, p. 87 e 89) afirma ainda sobre esse tema que "Antigamente, o monumento era um símbolo, e sua conservação, um fim em si mesmo; hoje, justificam-se os encargos com ele em nome dos efeitos financeiros, do desenvolvimento turístico ou da imagem midiática das cidades e regiões. [...] Elemento do avanço do capitalismo cultural e da mercantilização da cultura, a valorização do passado é um fenômeno mais hipermoderno que pós-moderno." e continua "Ao valor de uso e ao valor de troca se junta agora o valor emotivo-mnêmico ligado aos sentimentos nostálgicos. [...] O passado não mais é socialmente instituidor nem estruturante; está renovado, reciclado, mas ao gosto de nossa época, explorado com fins comerciais".

a humanidade lançou tão grande desafio ao homem e ao espaço-tempo. Embora triunfe o tempo breve da economia e da mídia, o fato é que nossas sociedades continuam voltadas para o futuro, menos romântico e paradoxalmente mais revolucionário, pois se dedica a tornar tecnicamente possível o impossível.⁷ (grifos nossos)

O imaginário criado pelos ideais capitalistas permeia, então, o mundo ocidentalizado, impossibilitando uma discussão de superação que consiga desconectar-se das formas capitalistas. O triunfo desse espírito possibilitou que a própria cultura fosse imersa no sistema capitalista e captasse seus critérios de economia de mercado, tornando-se um propulsor da economia por si só (v.g., turismo, artistas enriquecidos) através das indústrias da cultura e da comunicação, em um verdadeiro capitalismo cultural. A cultura deixa de ser restrita ao simbolismo e à significação para, transcendendo, ter a possibilidade de remodelar o universo material da produção e do comércio. “Com esse cenário, após o fator econômico se tornar um elemento cultural e a cultura penetrar o conteúdo mercadológico – pode-se observar relativa diminuição nas diferenças entre produção e representação, criação e industrial, alta cultura e cultura comercial (aqui, faz-se um pequeno paralelo entre a Alta Costura e a indústria de vestuário, vistas na seção 2.1), imaginário e economia, vanguarda e mercado, arte e moda. (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 2)

A aproximação e conjugação da cultura com a economia capitalista formam um "modelo ideal-típico da cultura-mundo" (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 4). Como cultura – nos mais diversos significados do verbete –, busca-se o reconhecimento imediato, as celebridades midiáticas e o êxito nos negócios, contrariamente à busca da glória imortal antes vista. Entretanto, nota-se uma resistência – quiçá nos moldes da contestação (diferenciação marginal) típica da hipermodernidade –, o que gera a existência de uma cultura, regida pelas leis gerais da economia, baseada na curta duração de produtos (seja pela obsolescência programada em razão da técnica, ou em razão da forma moda – o que dá azo à existência da *fast fashion*), no marketing; ao mesmo tempo, a arte e a literatura de vanguarda apresentam um processo antieconômico (ojeriza ao caráter comercial). Esse processo de transformação da cultura em atividade comercial, contudo, está em uma fase inicial. O universo da arte (até mesmo em suas áreas tidas como mais nobres) pode ser considerado como componente do "mundo hipermercantil globalizado" com o qual outrora fez rivalidade. Em verdade, o que se nota é uma

⁷ Considera-se aqui que existe viés político-ideológico na cultura-mundo; contudo, tal viés está conjugado à técnica – à economia capitalista neoliberal – e, portanto, é "contido" na dinâmica por ela apresentada. É justamente o excesso de apreço pela técnica que é utilizada para esvaziar, com um argumento tido como racional e comprobatório, os discursos que pretendem desviar da norma-padrão dessa cultura.

cultura de hiperconsumo, sustentada por uma economia de inspiração pós-fordista, em vetores de escala e opções, uma segmentação exacerbada dos instrumentos de mercado, aceleração do ritmo de lançamento de produtos novos, proliferação da variedade e protuberância da mídia (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 13 e 16-18).

Em suma, "a nova era cultural significa igualmente a transformação da cultura em negócio e a transformação de negócio em cultura" (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 25), a cultura nobre e profunda serve, então, à fugacidade frívola. Esse capitalismo cultural é o capitalismo do hiperconsumo – da sociedade do hiperconsumo, ou da sociedade da hipermodernidade –, na qual alguns desenvolvimentos lógicos caracterizam a economia cultural, como a forma oligopolista das grandes companhias, com desequilíbrio no fluxo e domínio de poucos conglomerados de alcance global. A cultura é cada vez mais um investimento financeiro, cujo resultado deve compensar o capital investido (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 29-30).

A hipermodernidade, na qual a economia capitalista e a cultura se fundiram na cultura-mundo, reduziu o espaço enquanto acelerou o tempo. É uma era de "espaço tempo universal, do tempo cibernético global", ainda que isso não tenha significado supressão das distâncias culturais – isso é, da especificidade de cada cultura em detalhes que a diferencia da cultura central propagada com a globalização. Ao mesmo tempo que se nota o império da ocidentalização (europeia e estadunidense) com o triunfo dos valores liberais, é possível observar a existência de conflitos e especificidades das identidades de cada povo ou nação, uma reabilitação e reforço das etnias; verdadeira crítica ao etnocentrismo, com descrédito de alguns valores ocidentais e denúncia de agressões econômicas e culturais (v.g., *burkinis* e véus utilizados por árabes ou muçulmanos no continente europeu). Isso, contudo, não revela uma combinação das culturas periféricas à cultura central do capitalismo, mas uma reação daquelas a esta, que faz a hipermodernidade surgir em escala mundial de uma maneira transformada pelas exigências de identidade e, por vezes, ecologia. (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 5-7)

A cultura é formada com a revisitação, por artistas, de passados culturais locais, dialogando com a modernidade (ocidental); cria-se, assim, um multiculturalismo com a universalização do regime artístico do ocidente moderno e contemporâneo (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012 p. 15)⁸. À essa lógica de uniformização, surge uma contestação (como

⁸ Neste ponto, ousa-se discordar do multiculturalismo como um diálogo entre culturas periféricas com a cultura predominante ocidental, pois a construção histórica da globalização coordenada pelo ocidente é notória no que concerne às dominação e imposição forçadas da cultura europeia. Assim, seria impensável que as culturas periféricas sobrevivessem sem adaptação necessária à cultura central; entretanto, conforme é exposto sobre o hiperconsumo, não se pode afastar completamente a ideia de que (graças à predominância da cultura ocidental e a

vista supra) à diversificação e heterogeneidade, tanto por produtores quanto consumidores em atitudes individuais. Com a existência de diversas individualidades é que se faz um "imenso mosaico, rachado e fragmentado, formado de produtos, práticas, culturas e memórias históricas diversificadas" (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 47); não há, contudo, uma unificação cultural planetária, mas múltiplas versões da cultura-mundo, fundada no capitalismo e no desenvolvimento técnico-científico, no individualismo no consumo.

Destarte, essas reafirmações de culturas e identidades locais são vetores da cultura-mundo. Em longo prazo, tais reafirmações são subvertidas e adequadas conforme a desigualdade entre as sociedades. A alteração das culturas, vertendo à cultura-mundo, modifica o modo de agir, pensar, educar, todos com marcas da hipermodernidade – com a racionalidade técnico-científica e a efemeridade das aparências. Com o progresso mundial do modelo de ordenamento de vida e organização social perpetrado pelo ocidente, todos os povos ou nações tendem a se situar dentro – em maior ou menor grau, e em mais ou menos tempo – da dinâmica ocidental, com a validade de sua erradicação das raízes tradicionais (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 65-67)

A desregulamentação da economia disciplinada pela cultura-mundo traria, segundo seu viés técnico-científico, progresso e prosperidade. Entretanto, observa-se que é essa desregulamentação que – favorecendo os propulsores da economia – "está na origem de desigualdades extremas, do desemprego em massa, da qualificação profissional" (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 11). Portanto, não é o planeta como um todo que usufrui do consumo exagerado e ao compasso dele se move – ao contrário, "metade da população do globo subsiste com dois euros por dia" (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 19). Por outro lado, as classes médias – que, em regra não usufruem do hiperconsumo tal qual as classes altas – esperam um dia obter o estilo de vida consumista, tendo poder de decisão sobre seus gastos. Essa abundância do consumo relativa ao ocidente é o sonho de grande parte dos indivíduos, uma aspiração generalizada ou ideal de vida universal; até os providos de menores recursos "interiorizam os valores consumistas e tornam-se mais ou menos hiperconsumidores, particularmente de imagens e mídias" (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 19). Tal lógica de desejo ao hiperconsumo é sustentada pela legitimidade conferida pela cultura-mundo – mormente "em sociedades caracterizadas pela inovação permanente e pelo individualismo extremado" (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 20).

evolução de sua produção) há uma atração individual que, muitas vezes, anula o conflito aparente entre a dominação cultural do ocidente e a cultura originária.

Com a imersão de diversas camadas sociais na lógica do hiperconsumo e da hipermodernidade, o individualismo prevalece. Assim, tudo torna-se discutível na esfera individual, sendo inviável ou impossível a alguma instituição (Igreja, família, v.g.) impor ou fixar uma visão de mundo e um sistema de valores incontestáveis. Portanto, com tamanha diversificação e ramificação, seria "ilusório acreditar numa superação próxima da cultura-mundo mercantilizada" (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 58). Ainda assim, é possível pensar em uma superação, a qual, necessariamente, deverá conter uma reinserção cultural, conscientizando a posição situada pelo homem e pelo indivíduo, evitando a "efemeridade do superficial e do espetacular" (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 58). Tal reinserção – isto é, uma cultura que se contrapusesse à cultura-mundo – poderia

[...] servir de contrapeso ao império do consumismo passivo abrindo as comportas do imaginário. [...]

No sentido mais amplo, é a cultura que, no plano antropológico, institui modelos simbólicos e imaginários, edifica o ser humano impondo-lhe regras, fixando-lhe objetivos e uma hierarquia de valores. (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 59)

Desta feita, foi construído, até então, um imaginário pela cultura-mundo, solidificando uma vitória histórica do ocidente, que caracteriza o triunfo de uma forma – racionalidade tecnológica, cálculo econômico, direitos individuais, e.g. – com valor universal e significação que impuseram ao planeta. Há um intensificado processo de modernização e racionalização de toda as nações e suas maneiras de pensar (produzir, agir), mesmo com as retomadas culturais. A globalização é, em verdade, uma difusão de vetores universalistas constitutivos da era moderna como concebidos pelo ocidente. (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 67)

Demonstradas a forma moda – que consolida a efemeridade e o hedonismo na cultura ocidental – e a cultura-mundo – que transpõe econômica e culturalmente a hipermodernidade da Europa e dos EEUU para as demais nações e Estados –, resta definir o indivíduo hipermoderno. Há, certamente, indivíduos que se identificam ou posicionam contrária ou favoravelmente a aspectos variados da hipermodernidade; não à toa, Lipovetsky aponta em suas obras diversos paradoxos. Assim, não se vislumbra a possibilidade de se abordar o hiperconsumo e a hipermodernidade sem a abordagem de sua personagem individual, qual seja, o hiperconsumidor. Todavia, essa personagem não é única e invariável – de modo prático e apontando intrinsecamente as consistências e inconsistências do hiperconsumidor, Lipovetsky apresenta-o através de arquétipos.

2.3 ARQUÉTIPOS DE LIPOVETSKY

Lipovetsky, como se denota da construção de sua ideia de hiperconsumo, define os hiperconsumidores com atitudes demasiadamente opostas – muitas derivadas em conformidade à "onda poderosa" da globalização, outras em reação a tal onda. Sua definição dos consumidores, contudo, vai além. Em "A Felicidade Paradoxal", ele constrói diversas definições a partir de arquétipos, os quais advêm de conceitos estabelecidos ordinariamente como padrões dos consumidores hipermodernos. Como o próprio autor descreve, são "cinco grandes modelos paradigmáticos que comandam a inteligibilidade do prazer e da felicidade nas nossas vidas" (LIPOVETSKY, 2006, p. 131). Tais arquétipos são: Penia, Dionísio, Super-Homem, Nêmeses, Narciso. Eles aparecem nessa exata ordem na obra do sociólogo francês; contudo, por uma coesão interna do presente trabalho, "Penia" será legada ao final dos cinco modelos.

A figura de Dionísio – deus da mitologia grega (cuja representação romana é Baco), muito relacionado às festas regadas a bebidas e sexo – assume a partir década de 1960 a conceituação da sociedade reconfigurada pela "expansão dos valores hedonísticos, dissidentes e utópicos" (LIPOVETSKY, 2006, p. 177). Tal significação deu-se pela substituição da disciplina, do trabalho e da família pela celebração dos prazeres do consumo e da vida presente. Lipovetsky (2006, p. 177) aduz que "[a]o princípio de recalçamento em vigor na civilização tecno-racional sucedem a exaltação do corpo, os êxtases sensoriais e musicais, o culto da marijuana e do LSD". Remete-se à ideia já exposta da contracultura para situar essa ruptura das tradições.

Na hipermodernidade, a cultura – e toda a vida social e individual – está imersa nos prazeres sensoriais, desejos do aqui e agora. Trata-se de um hedonismo que, para além de festas, manifesta-se na vida quotidiana do consumo, da moda e do lazer, por emoções comuns – muitas vezes feitas em microgrupos, conforme demonstra certa "tribalização" dos mais jovens, com novas experiências de sensibilidades coletivas. Tal qual as passagens de desenvolvimento econômico neoliberal, as cidades deixam de ser industriais, para produção, e passam a ser destinadas ao consumo e a atividades de lazer (uma cidade hedonista, que respira felicidade e abundância). Disso, denota-se uma intensa busca por conforto e bem-estar, que se impõem como condições indispensáveis, principalmente após a construção do conforto-luxo, tido pela burguesia na Fase I, e o conforto-liberdade ou o conforto-evasão, promovidos como preocupação ao longo da Fase II (os Trinta Gloriosos). Portanto, o conforto na hipermodernidade significará melhoria na qualidade de vida, com a ideia de conforto ampliada

do espaço doméstico, passando a estar presente, também, no espaço público, sempre relacionada à subjetivação (personalização, individualização) e à emocionalização (prazer, hedonismo) do conforto.⁹ (LIPOVETSKY, 2006, p. 179-181, e 186-9)

Na sociedade do hiperconsumo, "a alimentação cede também à *forma-moda*, transformando a refeição em *entertainment*, em divertimento total, com combinações inéditas, apresentação criativa do prato, decoração *design*, música da moda" (LIPOVETSKY, 2006, p. 202 – marcas de destaque no original). Seguindo a ideia de um hedonismo dionisíaco, poder-se-ia afirmar que a hipermodernidade "presta culto às sensações imediatas, aos prazeres do corpo e dos sentidos, às volúpias do presente" (LIPOVETSKY, 2006, p. 203), o que justificaria a existência de festas "sem passado nem futuro, a *hiperfesta* auto-suficiente, centrada no presente, situada no grau zero do sentido, alimentada apenas pelas paixões de distração e do consumo" (LIPOVETSKY, 2006, p. 217 – marcas de destaque no original).

Contudo, tais percepções competem não à hipermodernidade, mas, sim, ao que alcunhou-se, para Lipovetsky, como pós-modernismo (seção 2.1). Longe da ideia de *carpe diem*, ainda que o eixo temporal da hipermodernidade seja o presente, não se trata de um presente despreocupado (ou preocupado consigo mesmo), mas – em razão de incertezas econômicas advindas da desregulamentação neoliberal – de um presente preocupado com uma possível crise do futuro, um futuro hipermoderno que é indeterminado e problemático (LIPOVETSKY, 2004, p. 66-71). Lipovetsky (2006, p. 206) entende, então, que "Metáfora por metáfora, entre Dioniso e Narciso eleitos modelos arquétipos da cultura hipermoderna, a escolha não é difícil. [...] Narciso triunfou sobre Dioniso".

O sociólogo explica: que Dionísio almeja uma fuga de si, uma escapada do seu eu, repudiando o Ego e imergindo em um caos coletivo. Não é, pois, essa a intenção do hiperconsumidor. Ainda que as atividades de lazer e consumo sejam feitas pela prática coletiva (v.g., a tribalização dos mais jovens supramencionada), atende-se às vontades particulares – uma privatização dos prazeres, demonstrada através de "um tempo recreativo em que se afirmam os gostos subjectivos". (LIPOVETSKY, 2006, p. 179-182)

Entende-se, portanto, que:

⁹ Há uma dualidade – aqui apresentada como paradoxo relacionado à hipermodernidade – quanto à "visão de cidade" (ou ocupação e utilização do espaço público e do solo urbano, traduzido, também, no "direito à cidade"), o que se espelha nas práticas políticas, ou seja, nos meios e modos de urbanismo adotados para a cidade. Como expressivo exemplo do que essa dualidade proporciona, pode-se referenciar os discursos e práticas que envolveram o pleito eleitoral municipal (durante e após) da Cidade de São Paulo em 2016 (DIÓGENES, 2016; O CAFEZINHO, 2016), discussão que perdurou até mesmo após a posse da nova administração em 2017 (LIMA, 2017).

Individualização não é sinónimo de isolamento ou afastamento da comunidade; o hiperconsumidor continua a procurar os "banhos de multidão", a ambiência festiva dos grandes espetáculos, os prazeres do *live* e das discotecas, das ruas repletas de comércio, dos restaurantes e lugares na moda. A "multidão" ora lhe causa horror, ora funciona como um estimulante e um ingrediente dos prazeres consumistas. O hiperindivíduo não é dionisíaco: ele consome o ambiente dionisíaco instrumentalizando o colectivo com vista à sua satisfação privada. (LIPOVETSKY, 2006, p. 182 – marcas de destaque ostentadas no original)

Assim, essa "referência comunitária tornou-se uma 'tecnologia' do indivíduo" (LIPOVETSKY, 2006, p. 185). Da mesma forma, o conforto e o bem-estar denotam – com a busca pela qualidade de vida, no interior das casas, com casas mais afastadas dos centros urbanos, ou com a transformação dos próprios centros urbanos – o afastamento da ideia dionisíaca de prazer, com exigências de segurança, intimidade, tranquilidade. O que exsurge é uma relação psicologizada (sentimentalização) com a própria residência (e cada detalhe ou dispositivo nela inserido), além de desejos por distanciamento e espaço privado protegido (LIPOVETSKY, 2006, p. 191-195).

Quanto à alimentação, ainda que sua apresentação seja, de fato, uma festa, não se busca puramente o prazer com os alimentos – e quando se faz, não se faz de maneira irresponsável (tanto pelo desperdício, quanto pelo excesso de ingestão). Atualmente, observa-se que o consumo de alimentos é procurado muito por questões de saúde ou estética. A alimentação é considerada forma de prevenir ou tratar doenças, buscar saúde, longevidade, beleza, v.g.; verdadeira medicalização dos alimentos¹⁰. Isso demonstra que não existe uma nova modulação do hedonismo dionisíaco, mas sua desqualificação radical, em razão da sensibilização aos riscos. (LIPOVETSKY, 2006, p. 200)

Também graças ao futuro hipermoderno (incerto), o que se busca não é mais euforia, mas objetiva conservar-se, envelhecer em bom estado de saúde. Ainda que com fim de usufruir da própria existência de maneira hedonista pelo mais longo período de tempo possível, o indivíduo preocupa-se não em "libertar-se de si próprio, mas ocupar-se incansavelmente do seu corpo, da sua saúde, da sua forma" (LIPOVETSKY, 2006, p. 205). Superou-se, assim, o Dionísio pelo excesso do Narciso.

¹⁰ Importa aqui ressaltar que o modo como se busca essa medicalização dos alimentos, seja para fins de saúde ou de estética, não é majoritariamente após o diagnóstico médico, mas através de pesquisas individuais (ou mesmo de atletas e personalidades de destaque que propagandeiam produtos em redes sociais). Isso pode causar, por exemplo, um consumo induzido – fazendo com que empresas criem uma demanda para seus próprios produtos – ou um consumo no qual se busca saúde, mas se encontra prejuízos – como a súbita procura por alimentos sem glúten na Europa, nos EEUU e no Brasil, sendo que tal componente de determinados alimentos é, por vezes, de ingestão necessária para o corpo humano (MADRID, 2016).

Outra figura frequentemente tomada como arquétipo do hiperconsumidor é o Super Homem – "super-herói de desempenhos excepcionais, sempre em plena forma, sempre pronto para enfrentar novos desafios" (LIPOVETSKY, 2006, p. 224). Em decorrência da alta estima que se tem por atletas (por vezes, signos das próprias marcas) e empresários de sucesso, exige-se que todos atinjam o máximo de suas potencialidades – seja em produtividade, saúde, forma física ou beleza. É um modelo que tem no desempenho (performance) um ideal há, pelo menos, uma década, seja na economia, na sociedade ou no agir individual. "Comunicar, trabalhar, comer, cuidar da saúde, aproveitar o tempo livre, consumir, cuidar da aparência, fazer desporto, fazer amor – por toda a parte, as práticas contemporâneas são interpretadas como manifestações da norma *performativa*" (LIPOVETSKY, 2006, p. 224), sendo que essa mesma norma é apontada como causadora dos mal-estares social e existencial.

Há, então, pressão – ainda que não explícita, nem externa – pela produtividade, o que ocasiona uma procura por medicamentos que criem felicidade (em pílulas) ou que aumentem o desempenho nas atividades quotidianas. Ao mesmo tempo em que se atenuam as fronteiras entre saúde e alimentação, a própria medicina e a ingestão de drogas (não necessariamente ilícitas) permitem a qualquer pessoa – independentemente de idade ou contexto social e situacional – atingir seu potencial máximo. Essa busca por resultados e produtividade, entretanto, deixa de ser simples – isso é, a produtividade pela produtividade ou pela superação de si – e passa a ser reflexiva – na qual ela é tida, também, como um problema, cuja solução pode ser legar a produtividade a um segundo plano. (LIPOVETSKY, 2006, p. 240-1 e 247)

Como exemplo dessa *performance* reflexiva, tem-se o trabalho. Ao manter a produtividade como um ideal secundário (ou um ideal em meio a outros), o trabalho – majoritariamente, o trabalho assalariado – ainda mantém sua importância (status, identidade, e.g.), mas se encerra o que tinha como "religião trabalho" – expressão que revela a ideia de que todo o foco das atividades individuais era o próprio trabalho. A importância do trabalho deixa de ser ensimesmada para passar a ser um meio, através do qual se atingirá os ideais de consumo – a satisfação da maioria dos indivíduos com suas atividades laborais advém da segurança, das relações sociais, dos lazeres ou da melhoria de vida por elas proporcionadas. Com base nessas inferências, Lipovetsky (2006, p. 228-231) afirma que

[...] os trabalhadores hipermodernos não vêm nas novas técnicas de gestão de pessoal promessas de felicidade, mas normas geradoras de insegurança profissional, dificuldades e pressões acrescidas. Muito mais sofridos do que desejados, os preceitos da nova gestão são associados ao risco de despedimento e à redução das protecções colectivas, ao aumento das dificuldades e à degradação das relações de trabalho. [...] [Há] uma

inquietação face ao futuro [...]. Não assistimos ao culto, mas ao medo da *performance*.

[...] Se uma minoria que ocupa os cargos superiores e mais gratificantes pode reconhecer-se no modelo do vencedor, o mesmo não se aplica à maioria da população activa, mais voltada para os prazeres da vida privada e consumista. [...] A sociedade de hiperconsumo alargou consideravelmente as expectativas de bem-estar, que já não se limitam ao conforto material doméstico, mas estendem-se à relação com o outro, à valorização e ao reconhecimento pessoal no trabalho. (marcas de destaque no original)

Nota-se que a valorização e o reconhecimento pessoal buscados pelo indivíduo não podem ser homogeneizados, pois, enquanto alguns buscarão reconhecimento pelo que produzem (encarando o trabalho como estimulante), outros buscarão tal reconhecimento pelo tratamento pessoal encontrado no local do trabalho (atividade laboral como mero meio de sobrevivência). O que se percebe, então, é uma pluralização subjetivada da relação do indivíduo com a produtividade – é "um triunfo do indivíduo psicologizado centrado na demanda de prazeres e emocionalidades subjectivas". (LIPOVETSKY, 2006, p. 232-233)

Essa subjetividade permite que as pessoas escolham livremente¹¹ atividades mais desprendidas de obrigações, centradas no lazer e na evasão, menos impositivas. Por vezes, o que se nota é uma "sobrevalorização dos referenciais sensitivos, lúdicos e conviviais, muito mais do que pela lógica do vencer" (LIPOVETSKY, 2006, p. 237). Mesmo nos trabalhos, o imperativo é a mudança ao invés da estabilidade – e.g., vê-se menor número de pessoas mantendo-se nas mesmas empresas ou nas mesmas atividades por longo período de tempo, em comparação às gerações mais antigas, ou mesmo pessoas que trilharam longo caminho em determinadas profissões e carreiras e iniciam novos cursos e atividades.

Portanto, a possibilidade de escolhas permite que – ao mesmo tempo em que se busca a produtividade ou o descanso físico através de medicamentos controlados e drogas (lícitas e ilícitas) – haja, na sociedade do hiperconsumo, extensa gama de atividades e técnicas que objetivam prazer pelo bem-estar da mente e do corpo, um bem-estar qualitativo e reflexivo, com paixões narcísicas que superam a necessidade do heroísmo do Super-Homem. Como exemplos dessas atividades, podem ser mencionadas atividades que são, atual e recentemente, cada vez mais difundidas, como "yoga", "pilates", "meditação", esportes leves (corridas), entre outras. Embora seja uma dinâmica de corporização dos prazeres, trata-se da difusão de "técnicas

¹¹ Embora se tenha, aqui, uma ideia de que grande parte dos indivíduos nas sociedades hipermodernas realmente possuem liberdade de escolha, é necessário ter em mente que a relatividade dessa liberdade consiste em ter uma pseudo escolha induzida por terceiros ou contexto social, em ter a escolha limitada pelas condições financeiras ou físicas, ou mesmo em ter uma liberdade enviesada pelo tempo em que se vive – no caso tratado (a hipermodernidade, cujo contexto econômico é o neoliberal), nota-se, por exemplo, que os indivíduos são educados à produtividade (acrítica, na maioria das vezes).

para relaxar" – há, portanto, técnica, como é característico da hipermodernidade (sociedade ocidentalizada). Assim, "o referencial técnico 'puro e duro' recua perante um modelo de consumo que alia eficácia e hedonismo [...]. A vertente técnica do mundo progride a par da sensualização dos prazeres consumistas". (LIPOVETSKY, 2006, p. 242-243)

Destarte, a individualização excessiva (pluralização subjetivada) criou uma sociedade que busca eficiência, mas busca, também na forma dessa sociedade, o bem-estar (e até mesmo o bem-estar por meio da eficiência) – a frustração nessas buscas acarreta em um aumento massivo das consequências do mal-estar (v.g., isolamento social, suicídios, toxicomania). Procura-se, então, um tempo individualizado – para cada indivíduo, uma rotina criada com base em suas escolhas – que atenda aos cuidados que cada um terá consigo, objetivando encontrar prazeres compensatórios aos mal-estares. O consumo surge, portanto, como um método de promover autoestima e compensar um processo emocional na sociedade do hiperconsumo – quanto mais o ser humano individualiza-se, mais emocional o consumo se torna. Longe da figura do Super-Homem, o indivíduo mostra-se mais frágil que pronto a atingir a excepcionalidade. (LIPOVETSKY, 2006, p. 248-249)

Há, na hipermodernidade, portanto, alternância entre a eficiência (produtividade, excesso do uso da técnica) e o hedonismo. Embora a cultura organizada preze pela busca de desempenho, carece-se de concretude ou rumo determinado. Aponta-se para o paradoxo da existência "[d]e um lado, [de] um tempo comprimido, 'eficiente', abstrato; de outro, [de] um tempo de foco no qualitativo, nas volúpias corporais, na sensualização do instante" (LIPOVETSKY, 2004, p. 81).

Enquanto Dionísio (símbolo de um hedonismo extremado) e Super-Homem (personificação de uma capacidade excepcional em prol da produtividade) representam arquétipos de atitudes positivas (ativas) do hiperconsumidor – cujas leituras devem ser adequadas às realidades (o que leva, em vezes, a refutar tais arquétipos) –, Lipovetsky apresenta Nêmeses, "a figura divina que encarna o princípio da inveja para os Gregos" (LIPOVETSKY, 2006, p. 263), ressaltando que a ela é geralmente deixado um papel secundário na representação da modernidade consumista, enquanto os demais arquétipos (Dionísio, Narciso e Penia) são ressaltados. Essa figura possibilita verificar a sociedade de consumo a partir de tendências movidas de seus indivíduos – isto é, como ela trata e orienta tais tendências.

Como demonstrado na seção 2.1, o consumo da idade moderna inicia-se a partir das aparências – mormente, da influência dos gostos e luxos da aristocracia. A partir da relação vertical existente entre quem criava moda (a princípio, a nobreza, e depois, a burguesia) e quem a seguia, denota-se um consumo a partir da ostentação dos bens (patrimônio) e vestes

(aparência). Essencialmente, havia, então, um sentimento de inveja nessa origem do consumo moderno, pois este buscava atingir o referencial, mimetizando-o para se aproximar da aparência daquele grupo dominante – com sentimento de pertencimento a um grupo exclusivo de privilégios, o que implica em não desejar que outro que antes era seu igual ascenda juntamente.

As transições e mudanças obtidas pela Fase II – e, conseqüentemente, presentes ou ampliadas na Fase III –, como a suficiência de um consumo mínimo para sobrevivência que possibilitou o início de um consumo discricionário de excedentes (e.g., lazer), permite que não haja um ressentimento entre aqueles que possuem menos ou mais bens, vez que não há qualquer carência de itens mínimos necessários. Neste ponto, então, pôde o consumo emocional – pelo qual os indivíduos focalizam e centram-se em si mesmos e em suas necessidades – sobrepor-se ao consumo ostentatório. O consumo, portanto, move-se mais pela procura de experiências emocionais que pelo desejo negativo de um terceiro ser privado de benefícios materiais. (LIPOVETSKY, 2006, p. 277)

Pode-se notar a realidade de consumo emocional ao se ter em mente a publicidade na hipermodernidade. Não se veicula uma raiva invejosa, mas uma febre pelo consumo, levando o indivíduo a desejar para si o objeto da publicidade¹². Os focos da publicidade são desculpabilizar o consumo e mover os olhos do indivíduo para si. É a experimentação eufórica que é comercializada, pela via de novidades e pela impaciência em obter o que lhe faz falta. Conclui-se, então, que a própria publicidade é um instrumento de redução da inveja, pois o indivíduo, podendo consumir, não foca em nada além de si mesmo e seus desejos – sendo essencial para a inveja que o indivíduo perceba e deseje em comparação com outrem. (LIPOVETSKY, 2006, p. 267-268)

São assim as sensações individuais que, a todo momento, são incentivadas ao hiperconsumidor. Em que pese a diminuição expressiva do conforto-luxo em favor do conforto-liberdade – como visto no início dessa seção –, em razão dessas sensações individuais, o luxo torna-se possível na sociedade de hiperconsumo. Contudo, o luxo não mais remete àquela aristocracia do início da modernidade ou à burguesia da Fase I; trata-se de um "luxo para si,

¹² Importa destacar que o objeto da publicidade referido não é, necessariamente, um produto ou serviço, mas, na maioria das vezes, um sentimento ou uma sensação. Lipovetsky (2006, p. 81-82) ressalta que "[...] muitas campanhas abandonam a estratégia do elogio repetitivo do produto, privilegiando o espetacular, o lúdico, o humor, a surpresa e a sedução dos consumidores. A publicidade designada como 'criativa' é a expressão dessa mudança. O que se pretende já não é vender um produto, mas sobretudo um modo de vida, um imaginário, valores capazes de desencadear uma emoção: o objetivo da comunicação é cada vez mais criar uma relação afetiva com a marca. A finalidade da persuasão comercial mudou: já não basta inspirar confiança, divulgar e fazer memorizar um produto – é preciso mitificar a marca e fazer o consumidor *apaixonar-se por ela*. As estratégias mecanicistas deram lugar a estratégias emocionalistas que vão ao encontro do individualismo experiencial." (grifos nossos, itálico do original).

não como exibição" (LIPOVETSKY, 2006, p. 279). Afirma-se, inclusive, que "[n]a sociedade de hiperconsumo, já não se trata tanto de combater os privilégios retirando bens aos mais abonados, mas de aceder a esses bens com vista a um prazer privado emocional" (LIPOVETSKY, 2006, p. 280); é possível remeter, aqui, também ao ideal do Super-Homem, vez que é essa busca pelo conforto e pelos prazeres dos "mais abonados" que gera o sentimento de necessidade da conquista (pessoal e profissional) e da produtividade.

Entretanto, em que pese não ser mais tão significativo o sentimento da inveja em relação aos bens materiais, é plausível aferir que tal sentimento – puramente – é inerente ao ser humano. Assim, não se pode afirmar que a inveja desapareceu. Entende-se que o que "inspira a inveja nos tempos hipermodernos [...] são os bens que não se compram [...]", conforme Lipovetsky (2006, p. 280), que exemplifica tais bens com "[p]restígio, celebridade, talento, vitória, promoção profissional, beleza, sedução, conquista amorosa, felicidade de se ser amado[...]". Com isso, nota-se que vivemos em "uma época de inveja pós-materialista ou existencial" (LIPOVETSKY, 2006, p. 280). A relação exemplificativa de bens invejáveis é feita, contudo, na órbita pessoal, podendo-se compreender como inveja coletiva – aqui, sem toda a carga pejorativa que "inveja" normalmente carrega – o sentimento de "desfavorecidos face aos mais privilegiados" (LIPOVETSKY, 2006, p. 281). Na ótica individual, contudo, os sentimentos negativos advêm de uma relativa decepção consigo, independentemente do que outrem possua.

O hiperconsumidor individualista sofre mais com a sua própria condição do que com a prosperidade insolente dos outros, a qual suscita mais curiosidade ou indiferença do que raiva destrutiva. Isto não impede, de modo algum, a revivescência dos protestos e das críticas radicais ao neoliberalismo: simplesmente, estes devem-se sobretudo a uma indignação moral, e não tanto a uma indignação aparentada à inveja. (LIPOVETSKY, 2006, p. 282)

A sociedade que levou o individualismo ao extremo permitiu que a busca da felicidade pessoal fosse sobreposta à preocupação ou ao interesse da felicidade alheia. Em razão de existirem objetivos individuais para os segmentos da vida, a felicidade de cada um pode ser medida ou traçada por tal régua. A hipermodernidade – a sociedade do hiperconsumo, ou a sociedade hiperindividualista – é, portanto, a que consentiu com a definição de felicidade sem necessidade de comparação. (LIPOVETSKY, 2006, p. 283)

É em busca dessa felicidade pessoal, individualista, cujo hedonismo busca um prazer sem prejuízos, que se guia o hiperconsumidor em seu melhor correspondente arquétipo, qual seja, Narciso. Em referência ao herói de lenda grega que – por ser excessivamente apaixonado com sua própria beleza – tem um fim trágico ao admirar continuamente o reflexo de sua imagem

na água, Narciso representa o hiperconsumidor, enquanto indivíduo hedonista que busca felicidade (prazeres) independentemente do que ocorre no âmbito coletivo (passado, presente ou futuro), concentrado em um viés ensimesmado.

Após neutralizar o impacto do "Sagrado" e dos grandes ideais nas sociedades modernas, a passagem das Fases I e II – com a consolidação na Fase III – sacralizou a felicidade terrena e a busca por esta. Deixando de ser meramente especulativa e demonstrando cada vez mais resultados reais e melhores, a ciência (enquanto técnica) torna-se o instrumento de busca e o terreno seguro para o progresso em direção à felicidade do hiperconsumidor – ou do indivíduo inserido na sociedade hipermoderna. Entretanto, não há neutralidade nessa busca da felicidade, como se propaga em razão da técnica (vide nota 7).

A ideologia do capitalismo de consumo constitui uma manifestação tardia desta fé otimista na conquista da felicidade através da técnica e da profusão de bens materiais. Simplesmente, a felicidade não é pensada como futuro maravilhoso, mas como presente radioso, prazer imediato e indefinidamente renovado, "utopia materializada" da abundância. Já não é a promessa de uma salvação terrena que há-de vir, mas a felicidade ao alcance da mão [...] (LIPOVETSKY, 2006, p. 286-287)

A sociedade de hiperconsumo desenvolve-se, portanto, para a felicidade e em nome dela – como um ideal supremo imposto à força. O direito à felicidade é, nesse contexto, um imperativo que reprime – direta ou indiretamente – quem se sente excluído desse espírito de felicidade. Ainda assim, é esse mesmo ideal de felicidade, através da criação de "um complexo de mitos, sonhos, significações imaginárias" (LIPOVETSKY, 2006, p. 288-290)¹³, que permite a imaginação de um futuro individual confiante – atingível através de objetivos – e melhor que o presente ainda infeliz de algumas pessoas.

Definida com uma incomparável intensificação do individualismo, a hipermodernidade permite a existência de um consumo padronizado pela compra emocional e exagerada – ainda que nem sempre compulsiva –, ao mesmo tempo que o comportamento desviante se torna frequente: um consumo consciente e ético, seja pelo meio-ambiente e a ecologia, seja pela saúde pessoal. De todo modo, esse grupo desviante não deixa de ser parte do universo do

¹³ O ideal de felicidade (ou a almejada busca da felicidade) – que torna um indivíduo, em meio a uma realidade infeliz, esperançoso em conseguir uma realidade futura melhor através dos meios disponíveis na estrutura social existente – pode ser equiparado ou assemelhado à "miséria religiosa" que Karl Marx (2013, p. 151), em sua Introdução à Crítica da filosofia do direito de Hegel, aponta como sendo, ao mesmo tempo, expressão e protesto "contra a miséria real", concluindo que é "o ópio do povo". Assim, o ideal de felicidade serve, também e mormente, para neutralizar o *status quo* da estrutura social existente. Tal associação poderia ser feita não somente pela confiança em um futuro individual melhor, mas também pela manifestação de "fé otimista na conquista da felicidade através da técnica e da profusão de bens materiais" (conforme excerto de texto de Lipovetsky destacado nesta página).

hiperconsumo, pois "seu objectivo não é sair do universo consumista, e a prova disso é que gastam mais do que a maioria dos consumidores em muitos produtos. O que lhes importa é consumir 'melhor' [...]" (LIPOVETSKY, 2006, p. 294). O comportamento desses consumidores permite, inclusive, que o hiperconsumo se expanda espacial e temporalmente, enquadrando-se nos ideais de sustentabilidade. Essa adaptação é válida para reforçar que, independentemente do excesso do consumo, uma vez que as necessidades básicas são satisfeitas, consome-se "para sonhar, para nos distrairmos, para nos tornarmos notados, descobrir outros horizontes, 'aligeirar' a vida quotidiana" (LIPOVETSKY, 2006, p. 297); é a busca da felicidade narcisista, também, que alimenta esse fenômeno e permite que o hiperconsumo prossiga numa sociedade que, futuramente, adapte-se ao meio-ambiente esgotável com produtos renováveis e proteção ecológica.

Apresenta-se, com isso, uma sociedade de hiperconsumo extremamente hedonista e individualista que busca, através da técnica, potencializar sua produtividade e seus ganhos – ainda que os ganhos sejam intelectuais ou contrários ao progresso financeiro (e.g., técnicas de relaxamento). O prazer hedonista é perseguido através do consumo, e a individualização desse consumo traduz-se em adaptações constantes do mercado, ao ponto de tornar a sociedade de hiperconsumo perene, pelo menos até que surja um exemplo de sociedade que factualmente consiga romper com os ideais dessa. Portanto, resta entender o arquétipo Penia e, em razão dele, a necessidade de superação desse modelo social.

2.3.1 Penia: Estratificação Social dentro do Hiperconsumo

A sociedade do hiperconsumo cria o imaginário de um paraíso terrestre através do consumo, dos prazeres de possuir bens ou sensações. É isso, também, que gera "as frustrações, carências e desilusões da maioria das pessoas", afirma Lipovetsky (2006, p. 135-136). E continua, "na sociedade de hiperconsumo, a insatisfação cresce mais depressa que as ofertas de felicidade. [...] [O] universo mercantilizado agrava metodicamente o sofrimento do homem, conduzindo-o a um estado de insatisfação irredutível". Deste contexto, exsurge o arquétipo Penia – simbologia personificada da pobreza, na mitologia grega – como "lado 'trágico' da opulência" (LIPOVETSKY, 2006, p. 135-136).

Esse lado trágico, porém, possui duas facetas: a do hiperconsumidor abonado e do hiperconsumidor desabonado – o primeiro possui recursos suficientes para, além de satisfazer suas necessidades básicas, satisfazer seus desejos de consumo imediatos; o segundo não possui recursos suficientes para exceder de modo satisfatório suas necessidades básicas, quando essas

são minimamente atendidas. Lipovetsky (2006, p. 136-140) demonstra que prazer e conforto são, em certa medida, antagônicos; pois deve haver um desconforto momentâneo precedente para que, ao eliminar este, haja manifestação do prazer. Assim, o conforto (ausência de desconforto) não pode ser total para que nasça o prazer (existência de excitação) – com isso, tem-se um dilema ao hiperconsumidor "ou o prazer em detrimento do conforto, ou um conforto perfeito, mas em detrimento do prazer". Contudo, a sociedade de hiperconsumo, para os hiperconsumidores abonados, permite que se elimine ao máximo o desconforto, com a aquisição de produtos ou serviços que levam a grau mínimo a necessidade de esforços físicos cotidianos – em certa medida, então, busca-se mais ao evitar do sofrimento e do desconforto que ao prazer em si.

A banalidade do conforto plenificado gera uma constante felicidade, mas sem aumentos a ponto de se chegar ao prazer máximo dos hiperconsumidores – o bem-estar modifica fraca e lentamente a felicidade desses consumidores. Dentro desse cenário, cabe aos bens não-duráveis a proporção do prazer, vez que o imediatismo da compra é seguido pela fugacidade do próprio bem. Quanto aos bens duráveis, eles proporcionam o mesmo prazer – de fato, intenso –, mas apenas no momento de sua compra ou no início de seu uso, momento que será seguido pelo conforto banal que o produto gera – tal fenômeno leva indústrias a produzirem bens de longa duração que, em pouco tempo, estarão obsoletos ou cairão em desuso, sendo rapidamente inovados por produtos sucessores das mesmas marcas. Essa renovação intencional dos produtos faz parte da lógica da forma-moda que permeia o tecido social (vide seção 2.1), cuja diversificação constante garante que as experiências de prazer sejam mais frequentes que o tédio oriundo da referida banalidade. Assim, controla-se melhor uma eventual sensação de decepção relacionada ao consumo de produtos; o que é transferido para os serviços, com insatisfação derivada da alta expectativa – v.g., sistema escolar ou serviços médicos. (LIPOVETSKY, 2006, p. 138-143)

A relação do hiperconsumidor com produtos independem do valor atribuído a estes, sendo a aquisição de um produto novo mais prazerosa que a manutenção por longo período de um produto mais valioso. Essas características do hiperconsumidor abonado – gosto generalizado pelas novidades, escolhas diversas, fragmentação das modas, satisfação das necessidades primárias – favorecem o gosto e o desapego do consumidor pelas marcas, contrariando em parte o que se imaginaria por um controle publicitário do consumo. Em verdade, o que surge com isso é um duplo papel da publicidade: induz-se o consumo, mas, também, refletem-se os atos dos consumidores. A publicidade não perdeu suas funções originais; ocupando, ainda, lugar de destaque, a ela compete, nas economias desenvolvidas,

criar necessidades de consumo e retirar do consumidor para a empresa o papel de decisão de compra – dominando a demanda na balança comercial –, vez que há, por vezes, saturação na produção de itens novos. Durante as Fases I e II, a publicidade remodelou os hábitos dos consumidores e, conseqüentemente, o modo de vida – isto pode ser notado ao verificar a expansão da memorização das marcas no quotidiano. Não se estimula apenas necessidade e seus reflexos, mas se criam ligações afetivas com as marcas, promovendo-se mais a imagem que o próprio produto. Entretanto, a existência de alta diversificação entre os atores econômicos privados, ao mesmo tempo que cria imensa irradiação de publicidade, confere ao hiperconsumidor a possibilidade de escolher ou triar, conforme seus interesses particulares, o que lhe é ofertado – o poder da publicidade é, então, limitado. Tal limitação não ocorre sem razão, mas, justamente, da duplicidade de função que aferiu-se à publicidade, mormente em seu papel de refletir o próprio hiperconsumidor. (LIPOVETSKY, 2006, p. 147-155)

Diferentemente das fases anteriores, na Fase III, o consumidor recebe e percebe a publicidade praticamente desde seu nascimento, o que faz com que as pessoas estejam imersas "na linguagem dos bens de consumo e alimentadas com o consumo-espectáculo, [...] [sendo, então,] por natureza, consumistas, entregando-se espontaneamente às compras e às evasões, às novidades e ao bem-viver" (LIPOVESTKY, 2006, p. 155). Com isso, a publicidade não cria hábitos aos hiperconsumidores; contudo, ainda assim, ela pode ser inovadora, procurando "comover, distrair, rejuvenescer a imagem, interpelar o consumidor. [...] [Objetivando] estabelecer uma relação de convivência, brincar com o público, fazê-lo partilhar um sistema de valores, criar uma proximidade emocional ou um elo de cumplicidade" (LIPOVETSKY, 2006, p. 156). A relevância da emotividade é elevada ao ponto de existir publicidade que, com fim de tornar a marca afetiva ao consumidor, incentiva a não comprar¹⁴.

A publicidade, portanto, causa uma "escalada das pulsões incontroláveis de compra" (LIPOVETSKY, 2006, p. 154), mas fato de maior relevância para a compra e o consumo são os limites que lhe são conferidos, como "a incerteza do futuro, a fragilidade do mercado de trabalho, a poupança como forma de precaução" (LIPOVETSKY, 2006, p. 155), entre outros. O hiperconsumidor abonado pode, portanto, direcionar seu poder aquisitivo para outros fins que não o consumo, evitando, sem se frustrar, o que é ofertado pela publicidade. Realidade muito distinta é a dos hiperconsumidores desabonados:

¹⁴ É o caso das campanhas publicitárias d'O Boticário® - "Telepatia" – e da Renner® para o Dia das Mães do ano de 2017. A primeira campanha aduz que o melhor presente para as mães é o "Eu te amo" (na publicidade televisiva, a frase é corporificada em forma de produto, mas sem qualquer discurso direto ao ato da compra); a segunda, que o melhor presente é a existência do próprio filho.

Quando o descontentamento existe, e existe de facto, não tem tanto a ver com a contradição entre conforto e prazer, mas essencialmente com a situação financeira do consumidor, com a insuficiência do poder de compra, com a necessidade de conter as despesas. A maior insatisfação resulta não de um excesso de conforto que asfixia o prazer, mas do hipoconsumo e das privações que daí advêm. (LIPOVETSKY, 2006, p. 140)

Imersos na hipermodernidade, os hiperconsumidores desabonados recebem e percebem a mesma quantidade de publicidade que os abonados, com a distinção de que não conseguirão consumir toda a "nova necessidade" criada, pois, muitas vezes, nem sequer alcançam suas necessidades básicas, ou conquistam somente estas. A sociedade do hiperconsumo, contudo, estruturou-se no indivíduo narcisista, o que faz que a culpa pela falta de consumo – necessidade imposta – seja, no inconsciente do indivíduo, transferida da estrutura social para si próprio. Romperam-se, junto com os grandes ideais de transformação social futura (conforme exposto na construção e propagação da cultura hipermoderna nas seções anteriores), as identidades e as culturas "de classe, tudo passou para a esfera da responsabilidade individual [...] o indivíduo sente como uma questão pessoal aquilo que, efectivamente, é uma realidade económica e social" (LIPOVETSKY, 2006, p. 145). O sociólogo afirma, com isso, que o "que no passado era visto como um destino de classe é agora encarado como uma humilhação, uma vergonha individual" (LIPOVETSKY, 2006, p. 145).

Em razão da estratificação social, o hiperconsumo cria sensíveis distinções, vez que a idealização do indivíduo foi difundida a todo o corpo social, fazendo destoar o desejável e o efetivo, o imaginário e o real, aspirações e a vida quotidiana. Quanto mais se exige felicidade, mais se cria – aos indivíduos pertencentes aos grupos sociais de poder financeiro e econômico inferior – decepção (LIPOVETSKY, 2006, p. 146). Lipovetsky (2006, p. 162-163) afirma categoricamente que as análises gerais feitas a respeito do hiperconsumo têm como objeto "especialmente, as classes médias integradas no mercado de trabalho"; na Fase III, ocorre a justaposição da proliferação dos bens à exclusão do consumo, implicando na carência de consumo, inclusive, de itens de necessidade básica.

Enquanto uns navegam no mar do consumo desenfreado, outros conhecem a degradação do seu nível de vida, cortes em parcelas cada vez mais essenciais do seu orçamento, a saturação das dificuldades quotidianas, a humilhação de serem socorridos pela segurança social. Se existe aqui o pesadelo do hiperconsumo, este não se traduz na "crescente insignificância", nem na sede insaciável de bens de consumo, mas na degradação das condições materiais, no desânimo perante as limitações, no consumo reduzido ao mínimo enquanto o quotidiano continua a ser bombardeado com solicitações fascinantes. O inferno não é a espiral interminável do consumo, mas o subconsumo das

populações desfavorecidas no seio de uma sociedade de hiperconsumo. (LIPOVETSKY, 2006, p. 163-164)

Como referido, não existe consciência de classe, nem solidariedade de grupo ou destino comum, mas diversificação plural de histórias pessoais – o que torna a realidade de hiperconsumo dos estratos sociais mais baixos ausente de tranquilidade; a individualização da sociedade imersa em desigualdade social extremada faz com que cada parte, seja um indivíduo ou um pequeno grupo (e.g., família), tenha que suportar ou tentar superar isoladamente a realidade. A exclusão da realidade de consumo, ou do aferimento regular de renda (que permita consumo além do básico), não retira o indivíduo da hipermodernidade, fazendo com que este partilhe "dos valores individualistas e consumistas das classes médias, com a mesma preocupação de personalidade e realização individuais" (LIPOVETSKY, 2006, p. 164). Os símbolos da sociedade de hiperconsumo são almejados por todos¹⁵.

Para quem não o possui plenamente, o reconhecimento social advém dos signos do consumo – trata-se de escape ao desprezo social e à fraca autoestima, não sendo inferiorizado. Contudo, é essa situação que exclui a efetivação do consumo, gerando um efeito cíclico entre a vida precária e a frustração, ou, em menor escala, levando o indivíduo a comportamentos delinquentes para consecução do consumo. A inexistência de um ideal coletivo ou político, a falta de educação parental e o choque de culturas aprofunda essa relação com o consumo em busca da satisfação imediata dos desejos. Assim, criam-se grandes incongruências: v.g., alguns hiperconsumidores desabonados atrasam o pagamento de energia elétrica, mas não deixam de ter televisão à cabo; utilização contínua de crédito rotativo em cartões bancários para aquisição de bens ou serviços excedentes aos básicos; aceitação de empregos sob quaisquer condições, para manter um excesso mínimo de consumo. Na sociedade do hiperconsumo, portanto, mesmo

¹⁵ Ainda sem abordar os arquétipos, ao tratar das Fases I e II, Lipovetsky (2006, p. 27) refere-se aos grandes armazéns como centros que desculpabilizavam o ato de comprar, ao mesmo tempo em que a ida às compras tornou-se lazer e modo de ocupar tempo típicos da classe média. Vê-se tal hábito como verídico em São Paulo, onde *shopping centers* rivalizam com locais abertos de lazer, como parques, com atividades esportivas, com espaços para convivência, entre outras atividades. Com 53 dos 559 *shopping centers* brasileiros (conforme Associação Brasileira de Shopping Centers – ABRASCE), estando quatro deles nos pouco mais de dois quilômetros de sua maior avenida, São Paulo fornece espaços com especificidades pensadas tanto para as classes mais abastadas quanto para o público em geral, cujas diferenciações e inovações são constantes, tendo em vista que os habitantes de tal cidade são referência na habitualidade da utilização desses espaços (AMUI, 2011). Ainda assim, muitos habitantes da cidade são excluídos desses locais – seja pelo ambiente, pela distância de suas residências, ou pela insuficiência de poder de compra –, o que não os impede de desejar ter o local como referência em lazer ou ocupação de tempo. Tanto é assim que, entre 2013 a 2015, os *shopping centers*, dentre outros locais de lazer, foram reivindicados pela juventude da periferia para reuniões de convivência e diversão de grandes grupos que, após repressão dos setores privado (primeiro) e público (em sequência), tornaram-se, também, protesto (ABDALLA, 2014). Isso pode ser encarado como um desejo de pertencimento ao universo de consumo – ou ao universo de consumo ilimitado.

dentre os hiperconsumidores desabonados, grande parte da população não é capaz de se adaptar à pobreza ou resistir às ofertas do mercado. (LIPOVETSKY, 2006, p. 165-166)

A "civilização da felicidade" pratica, então, violência aos que não desfrutam plenamente dela. Ao se conjugar, de um lado, a socialização através da interiorização das normas e princípios do bem-estar hipermoderno fornecido pelo mercado à individualização, e que retira a culpa pela compra e a intensifica pelo fracasso, de outro, o resultado é a ampliação do mal-estar psicológico e do sentimento de que não se vive – ou que se vive uma vida que não é vida. Essas sensações são alargadas quando se nota que – além das dívidas bancárias ou da insuficiência de recursos para suprir necessidades básicas – o orçamento da família não é capaz de arcar com uma vida idealizada para os próprios filhos. Com isso, conclui-se que, na sociedade de hiperconsumo, as limitações financeiras geram limitações do consumo, privações morais e um sofrimento agudo, advindo da autodepreciação dos indivíduos. A miséria exterior é sempre acompanhada "de uma miséria interior ou existencial. [...] Se para uns a fase III significa ter sempre mais e viver mais, para as populações desfavorecidas cria, pelo contrário, a sensação de viver menos e de ser menos" (LIPOVETSKY, 2006, p. 170-172).

2.3.2 Necessária Contradição: Refreamento da Superação do Hiperconsumo

Não há, até então, um elemento concreto que defina a superação do hiperconsumo; contudo, sua necessidade é notada quando se depara com situações de imenso prejuízo ao indivíduo ou à coletividade. Os problemas relacionados ao indivíduo são de ordem pessoal e profissional, mas – em sua maioria – voltados ao foro psicológico, no qual se impõe ao indivíduo a responsabilização por tudo que se refere a si. Entretanto, tal responsabilidade tende a não ser suportada, pois o indivíduo da hipermodernidade é conduzido a crer na busca da felicidade através do hedonismo imediato, não sendo psicologicamente preparado para contrariedades. Cria-se um sentimento de ausência de parte da vida, pois se busca incessantemente algo novo. Tudo isso reflete na criação familiar, a qual deixou de ser – como nas Fases I e II – autoritária, passando a ser psicologizada, sem obrigação ou sanção às crianças, que são estimuladas à mesma felicidade imediata com direcionamento à satisfação completa. A privação de regras na infância, contudo, pode fazer com que se multipliquem individualidades desorientadas, frágeis, com estigma da falta de defesa interior; surge, assim, uma geração de adultos menos preparados para lidar com conflitos ou reveses, sem guia ou recursos psicológicos para adversidades. (LIPOVETSKY, 2006, p. 172-176)

Não é por esse cenário de catástrofe que a sociedade do hiperconsumo perde seu lado opulento – mais destacado. Entretanto, o cotidiano – justamente por estar em busca do prazer – perfaz-se de oscilações e mudanças frequentes. "Alternando permanentemente entre pessimismo e optimismo, depressão e excitação, abatimento e euforia, sentimento de vazio e projecto mobilizador, o moral do indivíduo hipermoderno flutua constantemente" (LIPOVETSKY, 2006, p. 176); isso não é só cabível, mas necessário, pois a sociedade de hiperconsumo "requer contradições, resistências, limites ao seu próprio universo: aquilo que se opõe às normas do hiperconsumo deve ser encarado como condição necessária ao seu desenvolvimento" (LIPOVETSKY, 2006, p. 313).

Com isso, Lipovetsky (2006, p. 313-314) conclui que a crítica à sociedade do hiperconsumo deve ser dirigida "às instituições de base às quais compete, idealmente, 'armar' os indivíduos, formá-los, dando-lhes as ferramentas indispensáveis para pensar, agir e aperfeiçoarem-se", mais que à própria espiral das necessidades de consumo. Entretanto, mesmo políticas culturais ambiciosas seriam, provavelmente, pouco efetivas para apresentar contrapeso real ao hiperconsumo; somente interesses e paixões diversos à estrutura da hipermodernidade é que teriam verdadeiro impacto.

Com o capitalismo de consumo, o hedonismo impôs-se como um valor supremo e as satisfações proporcionadas pelo mercado tornaram-se o caminho privilegiado para a busca da felicidade. Enquanto a cultura da vida quotidiana for dominada por este sistema de referência, e a não ser que depreze com um cataclismo ecológico ou econômico, a sociedade de hiperconsumo seguirá inevitavelmente o seu curso. Mas se surgirem novas maneiras de avaliar os prazeres materiais e os prazeres imediatos, se se impuser nova forma de pensar a educação, a sociedade de hiperconsumo poderá acomodar um outro tipo de cultura. (LIPOVETSKY, 2006, p. 314)

São, portanto, as pequenas dissonâncias e contradições, com a certeza de que cada indivíduo possui livre escolha de seu destino dentro do capitalismo de consumo, que impede a criação de uma nova cultura para fazer frente à hipermodernidade; pois tal ínfima ruptura da norma padrão do hiperconsumo é, ao contrário do que se poderia esperar de uma ruptura, o suficiente para que se criem discursos reafirmando a liberdade em relação à norma, ou mesmo a inexistência da norma – como, em suma, a própria apresentação da hipermodernidade por paradoxos. O sistema imposto e reproduzido pelo hiperconsumo parece, então, insuperável com base no que hoje é apresentado como proposta em larga escala – v.g., consumo sustentável, proteção jurídica do consumidor face empresas.

A invencibilidade momentânea do modelo de cultura-mundo do hiperconsumo é tamanha que Lipovetsky (2006, p. 193) afirma que futuramente "será a vez de os países do Sul entrarem no sistema do consumo-mundo, uma vez que o nosso tempo não dispõe de um sistema alternativo global e credível à comercialização generalizados modos de vida". Contudo, discorda-se pontualmente dessa visão, tão somente para expor que a ocidentalização provedora da cultura-mundo e difusora do hiperconsumo já encontra-se em grau elevado em locais distintos do centro do capitalismo. Assim é, pelo menos, o caso do Brasil, imerso na hipermodernidade, com base nos princípios do hiperconsumo, permeado quase que integralmente pela ocidentalização de origem europeia e estadunidense, conforme cultura-mundo – como se nota no capítulo 4.

2.4 CAPITALISMO ARTISTA

Com essas figuras – a saber, forma-moda, cultura-mundo e os arquétipos –, chega-se à construção de uma ideia específica de como o capitalismo se apresenta na hipermodernidade e para o hiperconsumo: o capitalismo artista. O capitalismo de consumo (ou de hiperconsumo) é o capitalismo artista.

Advinda, conforme a divisão apresentada nesse capítulo, da Fase III dessa chamada modernidade, essa faceta do capitalismo não se diferencia de outras ao ser referenciada como tempos de crise, catástrofes em série, problemas econômicos, sociais e ecológicos. Entretanto, busca-se um ideal de vida estética (ou "transestética") para que se possa criar um ideal de vida bela capaz de suportar ou idealizar a superação das crises dentro da própria estrutura (vide nota 13). Contudo, "o modelo estético de existência voltado para o consumo" promovido pelo capitalismo artista "está longe de ser sinônimo de vida bela, a tal ponto que é acompanhado de adicção e de frenesi, de sujeição aos modelos mercantis, de uma relação com o tempo e o mundo dominada pelos imperativos da velocidade, rendimento e acumulação" (LIPOVETSKY e SERROY, 2015, p. 36).

Até por isso, entende-se ser uma vida transestética – e não meramente estética –, pois a estetização foi remodelada pela e para as lógicas de mercantilização e extrema individualização. Não são mais insuperáveis as oposições de arte e indústria, cultura e comércio. Há uma abundância (inflação) estética que fez com que – muitas vezes por exigência do público alvo – a arte se infiltrasse nas indústrias e, conseqüentemente, a indústria cooptasse a arte. A arte, que, em si mesma, serviria como um cosmos próprio, ou poderia, até mesmo, atender à linguagem de uma classe social (vide nota 3), agora atende a finalidades mercadológicas – seja através de

uma estratégia de marketing, uma valorização distrativa ao produto, ou um jogo de sedução, tudo para ampliar o lucro das marcas. (LIPOVETSKY e SERROY, 2015, p. 27-28)

Como aduzem os autores, "[d]epois da arte-para-os-deuses, da arte-para-os-príncipes e da arte-pela-arte, triunfa agora a arte-para-o-mercado" (LIPOVETSKY e SERROY, 2015, p. 28). É uma arte que, como instrumento, legitima as marcas e as empresas desse capitalismo que, dentro da cultura-mundo, impulsiona também fora do ocidente sua estilização dos bens de consumo de massa. Ainda feita aos moldes da cultura-mundo, o capitalismo artista permite uma quebra do monopólio da criação industrial e cultural (LIPOVETSKY e SERROY, 2015, p. 29-30).

Embora terminado o monopólio ocidental – como afirma o sociólogo –, a globalização existente é sinônimo de ocidentalização (vide seção 2.2), sendo, portanto, a própria cultura ocidental difundida às demais civilizações (periféricas ou não ocidentais). Deduz-se, então, que a forma-moda que monopoliza a transestética é – de fato ou em essência – sempre ocidental.

O que se destaca nesse quadro é, novamente, o indivíduo. Isso ocorre, pois o que forma o capitalismo artista é o hiperconsumo, um "regime hiperindividualista de consumo [...] menos estatutário do que experimental, hedonista, emocional, em outras palavras, estético: o que importa agora é sentir, viver momentos de prazer, de descoberta ou de evasão" (LIPOVETSKY e SERROY, 2015, p. 30). Em síntese, tudo acaba por se tornar questão de gosto subjetivo, de emoção pessoal, de opção individual; "é uma estética autorreflexiva que estrutura o consumo hiperindividualista" (LIPOVETSKY e SERROY, 2015, p. 31). Lipovetsky e Serroy (2015, p. 32) afirmam que

A época puritana do capitalismo original cedeu lugar a um ideal estético de vida centrado na busca das sensações imediatas, nos prazeres dos sentidos e nas novidades, no divertimento, na qualidade de vida, na invenção e na realização de si. A vida estetizada pessoal aparece como o ideal mais comumente compartilhado da nossa época: ele é a expressão e a condição do incremento do hiperindividualismo contemporâneo. A estetização do mundo econômico corresponde uma estetização do ideal de vida, uma atitude estética em relação à vida. Não mais viver e se sacrificar por princípios e bens exteriores a si, mas se inventar, estabelecer para si suas próprias regras visando uma vida bela, intensa, rica em sensações e espetáculos.

A inflação estética somente pode ser sustentada pelo capitalismo de hiperconsumo, pois o estilo, a beleza e o espetáculo tornam-se imperativos e se aliam à efemeridade da comunicação e da distribuição (consolidando a forma-moda), permitindo um modo de produção estético. A evolução do capitalismo artista, contudo, acompanha a evolução apresentada da modernidade à hipermodernidade (Fases I, II e III). A hipermodernidade, contudo, logrou transformar algo

que era de importância reduzida ou periférica (atividade estética) em uma essência – estrutural e exponencial –, tornando a dimensão artística fundamental para o desenvolvimento das empresas. Ainda que não se trate do ápice da beleza para a vida humana, o que se impõe é uma reorganização desse ápice sob a égide mercantil ("artealização mercantil"). O capitalismo passa a ser centrado na sedução, nos prazeres dos consumidores – por imagens, sonhos, formas ou relatos. O foco no gosto (subjetivo) estético-afetivo dos consumidores como fonte de criação de valor forjou o modelo pós-fordista, ou neoliberal. (LIPOVETSKY e SERROY, 2015, p. 39-42)

Como essência dessa faceta capitalista, é imprescindível que a preocupação criativa ou artística não exista em detrimento dos imperativos de comercialização e rentabilidade, mas sempre em seu favor – sendo que a presença da arte deve ser crescente e intensificada quanto mais o capitalismo deixa de ser industrial e passa a ser financeiro (ou "financeirizado").

[O] capitalismo não se torna "menos" capitalista: muito pelo contrário, ele o é cada vez mais e numa escala vastíssima, como atestam a magnitude crescente dos investimentos financeiros, a mundialização dos mercados do consumo, da moda e do luxo, o desenvolvimento das multinacionais da cultura, a predominância do marketing e da comunicação, os lucros consideráveis que são gerados. (LIPOVETSKY e SERROY, 2015, p. 42-43)

Isso é possível, pois, dentro da lógica do hiperconsumidor, quanto mais artista é o capitalismo, mais palatável ele se apresenta. O cálculo racional aplicado à atividade econômica, fundante para a produção capitalista, é o que molda as produções destinadas a gerar prazer, sonhos e emoções, na versão artista do modo de produção existente. Por ser parte de um capitalismo imaterial – no sentido físico e tangível da produção em si, em contraponto à produção industrial –, o capitalismo artista necessita do saber, da inovação e da imaginação como alavanca de criação de valor. Portanto, para que se atinja a finalidade do capitalismo com excelência, deve haver uma contradição, um choque e, por fim, um consenso entre as visões dos investidores, gestores e marqueteiros (centrados na eficácia e na rentabilidade econômica), e as dos "criadores em busca de autonomia e animados por ambições artísticas". Esse aparente conflito ocorre porque a arte não deixa de ser mercadoria, cujo investimento deve – em razão da lógica capitalista – gerar rentabilidade. (LIPOVETSKY e SERROY, 2015, p. 43-46)

Portanto, segundo os autores (LIPOVETSKY e SERROY, p. 47-49), as lógicas principais desse novo sistema são (a) "a integração e generalização da ordem do estilo, da sedução e da emoção nos bens destinados ao consumo mercantil", (b) "a generalização da dimensão empresarial das indústrias culturais e criativas", (c) "uma nova superfície econômica

dos grupos empenhados nas produções dotadas de um componente estético", (d) a desestabilização "das antigas hierarquias artísticas e culturais, ao mesmo tempo que as esferas artísticas, econômicas e financeiras se interpenetram". Assim, com o advento dessa economia emocional sedutora, o hiperconsumidor – já desculpabilizado em relação ao ato de compra –, imerso na forma-moda (ávido, portanto, por novidades permanentes), buscando a vida no aqui e agora, hiperindividualizado, tornou-se um consumidor ilimitado e transestético, deixando para trás o consumidor mínimo.

A sociabilidade dentro do capitalismo artista é feita, então, pelo que Lipovetsky e Serroy (2015, p. 387-393) alcunham de "sociedade transestética". Promotora de uma cultura e de um ideal de vida específicos, a sociedade transestética promove uma ética específica, a ética estetizada da vida. Trata-se de uma ética hedonista de realização pessoal e, portanto, desenvolvedora do próprio individualismo hipermoderno. Esse indivíduo ensimesmado buscará seu alívio em si mesmo, com sua plenitude pessoal e existencial, um melhor-viver através da experiência, diferenciando-se do alívio (ou da salvação) pela moral religiosa, pela história ou pela política. Contudo, há distinção também entre o que existe na Fase II (vide seção 2.1), pois não ocorre um individualismo em contrariedade às morais tradicionais, mas independentemente delas; isto é, com o hiperindividualismo, cada um opta por um caminho próprio para o aproveitamento da vida, em um pleno prazer pessoal (hedonista), que pode ser transgressor às normas coletivas morais e religiosas, ou pode ser condizente com estas. Estendeu-se a ordem liberal individualista à ordem dos costumes, o que gerou uma nova cultura com o ideal de vida estética; assim, a libertação das tradições e costumes ocorre em atenção ao princípio da liberdade individual. Essa esfera cultural liberal individualista vai, não por acaso, ao encontro dos princípios fundantes do novo sistema econômico de mercado livre regulado, sendo, portanto, a essência cultural do neoliberalismo (ou da teoria neoclássica). Não existirá, nesse modelo, desenvolvimento econômico sem o hedonismo do consumidor.

Os valores que se chocam na cultura hipermoderna (diferentemente das fases anteriores), portanto, são a essência dessa cultura, de modo que, quase sempre, há orientação (entre prazer e preservação) para direções opostas, o que ressalta o alto grau do individualismo. A cultura não é, pois, unificada, em coincidência consigo ou organizada, mas é uma cultura feita de contradições (paradoxos apontados pela extensão da obra de Lipovetsky). Entre as normas que se chocam aos ideais de fruição e realização imediata de si, os autores (LIPOVETSKY e SERROY, 2015, p. 394-402) apontam saúde, ecologia, educação, trabalho e desempenho. Muitos deles, já apontados nos arquétipos (seção 2.3), completam-se com os paradoxos outorgados à sociedade transestética, novamente sem uma leitura catastrófica (*idem*

p. 403-411). É possível sumarizar tais paradoxos em: (a) qualidade de vida e ativismo, pois o mínimo confortável que se buscava (para o habitat, a natureza e o patrimônio) anteriormente foi excedido, cuja demanda sensitiva que se passou a exigir foi expandida, também, para locais como o trabalho, onde a satisfação profissional¹⁶ não era mais objetivo suficiente; (b) virtual e sensual, binômio cuja coexistência parecia inconciliável (havendo uma existência abstrata, digitalizada e sem vínculo tátil), e que passou não somente a se coligar, mas a intensificar a relação sensual-virtual, vez que cada vez mais a ambientação virtual depende de uma forte e sensível interação com outros; (c) falso e autêntico, que traduz a busca pela origem (raízes) das coisas, almejando um bem-estar (emocional, sensitivo, cultural, psicológico), contra a artificialidade do que é "falso", vez que grande parte da sociedade hipermoderna adquire produtos inautênticos cuja marca reproduz o símbolo de prestígio do produto autêntico – contudo, a busca pela origem, muitas vezes, se perfaz pela busca de um passado onde se imagina que as pessoas sabiam viver melhor, ou seja, fuge-se, também, da verdadeira autenticidade do presente; (d) imperativo da criatividade – ainda que não pareça um paradoxo, explica-se que há, na sociedade transestética, uma imposição para que todos sejam criativos (ainda que a imposição venha de uma aparente vontade própria), e cada indivíduo é levado a querer fazer parte da cultura (um desejo artista), criando um mundo particular para si, de modo que este paradoxo (não apenas pela imposição de tal feito) reside na existência de um hiperconsumo cultural, no qual se adquire tanto o *mainstream*, quanto o desconhecido "autêntico".

Os choques apresentados são uma demonstração do "enfrentamento entre sistemas de valores" que se testemunha no presente. Na esteira disso, ressalta-se (LIPOVETSKY e SERROY, 2015, p. 412-415) que o ideal de vida dominante como ética estética não é hegemônico, ainda que seja predominante, pois há "valores fundamentais" que impedem essa hegemonia, quais sejam, "valores superiores constitutivos da vida moral e da ordem democrática". Para exemplificar tal asserção, evidencia-se que existem impulsos de solidariedades, aclamações por justiça, exemplos do que se teria como "valores primordiais do humanismo moral"¹⁷. Isso demonstra um individualismo com duas facetas: uma egocêntrica, que impele cada indivíduo a se preocupar "mais com seus interesses privados do que com a

¹⁶ Conforme expõem os autores, "...os hinos ao desempenho só conseguiram transformar em ganhadores uma minoria de assalariados; a maioria, e as mulheres em particular, aspira encontrar um equilíbrio entre vida profissional e vida familiar. É antes um desejo de conciliação ou de harmonia entre vida na empresa e vida privada do que religião dos recordes que marca os indivíduos no trabalho." (LIPOVETSKY e SERROY, p. 405).

¹⁷ Ainda que haja diversas ajudas humanitárias e forte solidariedade com condições sociais, desastres naturais, e ações humanas destrutivas (como terrorismo), é necessário frisar que há empatia maior do mundo ocidental – em cuja cultura o Brasil está imerso, ainda que seja de periférica importância – quando tais fatos ocorrem em grandes centros, e menor empatia quando ocorrem em países aos quais se dá menor importância – como os atentados, no início do ano de 2015, ocorridos na França e na Nigéria (HANCOCK, 2015).

observância de princípios superiores"; e uma "menos autocentrada, responsável, [que] traduz a preocupação com o outro e o respeito do direito, o que impede de assimilar a sociedade transestética a um estado de barbárie moral".

E não se deve assimilar essa consciência moral a uma sobrevivência em vias de desaparecimento, um "resíduo" vindo de outra era. Pertence à própria dinâmica da individualização e da sociedade transestética a recomposição de parte do valor da vida moral. O vazio criado pelo desinvestimento dos projetos de transformação revolucionária foi preenchido pelo engajamento, mais imediato e mais direto, na proteção da vida humana e da sua dignidade. Daí se impôs a prioridade da ajuda mútua urgentista do caritativismo e da intervenção humanitária. (LIPOVETSKY e SERROY, 2015, p. 415)¹⁸

O capitalismo artista, portanto, legitima a realização de uma vida bela – ainda que apenas como busca, pois contrapõe-se o belo e o estético, quando este é visto pela ótica mercadológica (LIPOVETSKY e SERROY, 2015, p. 36-37). Contrapõem-se a estética da qualidade de uma vida tranquila contra a própria estética da compulsão por um consumo acelerado, com uma aparência de "vida livre sob o signo de uma ética da realização pessoal" (LIPOVETSKY e SERROY, 2015, p. 416-419). A vida estetizada é, portanto, ambigualmente ligada à cultura consumista (do hiperconsumo), o que a impede de ser uma saída do sistema consumista. A procura de uma vida mais bela – vista em incursões pela história da humanidade – foi cooptada pelo capitalismo, na forma do capitalismo artista, e por isso a ambiguidade da estética possível (LIPOVETSKY e SERROY, 2015, p. 419-422) mantém sua origem de busca do belo e seu ideal, mas deve atingir os fins mercadológicos. Segundo Lipovetsky e Serroy (2015, p. 421), a tarefa da hipermodernidade é enfrentar o desafio da qualidade – em contraposição ao vencido desafio da quantidade na modernidade – na cultura e no tempo.

Os paradoxos – ou seja, a permanência dos exemplos extremados, ante uma "quase-ausência" de meio termo – demonstram que há um pêndulo de atitudes. Porém, tal pendulo não se mostra em equilíbrio – v.g., ou se abomina o trabalho produtivista com fim em si mesmo, ou o tem como modelo, dele retirando uma dita meritocracia idealizada; ou se acredita na medicalização dos alimentos, seguindo-a para fins estéticos ou salutares, ou se crê na comida como fonte de saciedade e prazer em si mesma; ou se é um religioso que segue cegamente um fundamento, ou se prega por uma religiosidade desprendida, na qual os dogmas são menos importantes que o bem-estar (próprio ou de outrem). O que se destaca na existência dos paradoxos e, de fato, possibilitam-na é o indivíduo, cuja hiperindividualização ressalta não

¹⁸ Caso não houvesse tal alteração da superestrutura (através do preenchimento dos vazios deixados pelos projetos de transformação revolucionária), ter-se-ia a necessidade de alterar a estrutura em si.

apenas o Narciso (vide os arquétipos), mas o próprio deus romano Jano¹⁹, cuja figura olha para dois lados opostos – dois extremos.

Isso permite, inclusive, que o indivíduo (hiperconsumidor) transfira para si uma culpa que deveria (ou poderia) ser atribuída à estrutura social (vide seção 2.3.1). Ao mesmo tempo que a injustiça intrínseca de uma estrutura social desigual passa a ser vista como vergonha pessoal, uma escolha individual que se expressaria como fuga do sistema do hiperconsumo compulsivo é englobada pelo capitalismo e encarecida (v.g., produtos alimentares orgânicos mais caros que demais alimentos). Como afirmado na seção 2.3.2, ao permitir a existência de dois extremos, não se permite superação do capitalismo de hiperconsumo, mas apenas uma acomodação. Contudo, enquanto a acomodação ocorre para quem, com condição econômica suficiente, se possibilita a fuga dos padrões de consumo compulsivo (passando ao alto consumo), para quem não possui condição econômica suficiente, o consumo mínimo necessário é, muitas vezes, prejudicado pela compulsão do hiperconsumo. Há, então, um "hiperconsumo estrutural" (ou hiperconsumo de catástrofe). Portanto, o hiperconsumo ocorre não apenas em sua forma padrão (estando saciado o consumo necessário), mas em uma forma deturpada (em detrimento do consumo necessário) para manutenção das estruturas sociais.

Nesse cenário de hiperindividualismo, a todo o tempo, o indivíduo vê-se como centro de decisões; contudo, suas opções são sempre determinadas pelas condições existentes no hiperconsumo (muitas vezes, induzidas pela publicidade e pelas marcas), fazendo com que inexista uma verdadeira liberdade do consumidor (e, no limite, do indivíduo) no capitalismo da hipermodernidade – o capitalismo de hiperconsumo, ou capitalismo artista.

¹⁹ Conforme Lipovetsky (2006, p. 245), "[o] seu modelo [...] [é] Jano de duas faces, um Jano híbrido, hipermoderno, que 'explora' em todas as direções as potencialidades criadas por estes dois grandes objectivos da modernidade que são a eficácia e a felicidade terrestre".

3 FILOSOFIA DO DIREITO EM LIPOVETSKY

"O que proponho, portanto, é muito simples: trata-se apenas de pensar o que estamos fazendo."

(Hannah Arendt, *A Condição Humana*)

Almeja-se, neste trabalho, conectar (e, quiçá, adequar) as teorias de Lipovetsky – apresentadas no capítulo anterior – ao direito brasileiro. Isto é, deseja-se traduzir o pensamento do sociólogo francês de modo a fazê-lo conversar diretamente com o direito brasileiro e não apenas com a sociologia de parte da sociedade brasileira. Para tanto, é necessário que se construa um verdadeiro pensamento jurídico nessas teorias, o que não se pode fazer de modo distinto à filosofia do direito. Esse segmento da filosofia é de alto valor, pois – sendo ou não muito conhecido e estudado – estrutura o pensamento jurídico, até mesmo em suas consequências práticas (MASCARO, 2008, p. 11). Destarte, somente com a filosofia do direito é que se pode estruturar um pensamento apto a identificar ou guiar teorias relacionadas a distintas áreas jurídicas (dogmáticas ou não).

Assim, é necessário que se demonstre, ainda que sucintamente, o que se pode compreender como filosofia do direito, para, então, identificar qual o pensamento jurídico que se pode traduzir das teorias do sociólogo francês. Para isso, situa-se historicamente a filosofia jurídica a partir de um viés crítico. É, de antemão, preciso rememorar as ressalvas feitas no início do capítulo anterior: as teorias da hipermodernidade e do hiperconsumo são essencialmente capitalistas, pois somente se dão (até o momento) dentro do capitalismo. Portanto, a filosofia identificada ao final deste capítulo será inerente ao capitalismo (cultural e produtivamente) e, talvez, essencial ao capitalismo contemporâneo – como afirmado através do conceito de hiperconsumo estrutural.

Considera-se que há uma dupla estrutura ao se tratar de filosofia, uma tradição sistematizada e uma extração radical e profunda do pensamento humano sobre si e sobre o mundo. Esta última se dá como um enfrentamento da própria realidade e do pensamento contemporâneo, e não mera reprodução deste; é a *práxis*. Na *práxis*, encontra-se a transformação social advinda da filosofia, por ver a realidade tal como é e, ao mesmo tempo, como poderá ser se transformada (para melhor). Entretanto, é necessário entender a historicidade da filosofia para compreender, de fato, o que lhe é "dado" para superar. (MASCARO, 2016, p. 1-10)

O papel do jurista nessa transformação social é, também, duplo: pela teoria crítica, ao mesmo tempo que pode ser considerado como "dominante opressor de quem está sob as leis", o jurista é "um mero dominado e oprimido, pois que todos seus regimentos e suas instituições não são livres nem efetivamente autônomos" (MASCARO, 2008, p. 32). Portanto, o que se tentará será – após identificada a filosofia jurídica nas teorias – adequá-las à realidade social e ao quadro jurídico fático da realidade brasileira, mormente a realidade de consumo. Para isso, utilizar-se-á da ciência do direito contemporânea (somada ao viés crítico), analisando no próximo capítulo a dogmática pertinente ao tema.

Cumpra, por ora, verificar a teoria sem aplicá-la. Para isso, poder-se-ia buscar a segmentação tradicional da filosofia do direito em direito natural (jusnaturalismo) e direito positivo (juspositivismo). Contudo, tem-se que o direito contemporâneo, ainda que mantenha um aparente juspositivismo em sua forma, acresce a este o jusnaturalismo pelos métodos dedutivos (FERRAZ JR., 2014, p. 40). Desta forma, elege-se a categorização demonstrada por Alysson Leandro Mascaro (2008, p. 14-16; 2016, p. 310-320), de viés crítico-marxista, para nortear a identificação de filosofia do direito proposta, vez que a visão apresentada é notoriamente de um pensamento não imerso na cultura capitalista, mas que deseja sua superação. Para tanto, é inevitável percorrer os caminhos da filosofia do direito até a contemporaneidade – isto é, apresentar sua tradição sistematizada ou historicidade.

Interessa observar que Lipovetsky faz, também, o uso da historicidade em sua teoria, vez que demonstra a hipermodernidade como uma construção histórica a partir das mudanças sociais desde a Era Moderna (nas Fases I, II e III anteriormente mencionadas). A importância dessa historicidade amplia-se ao se deparar com a afirmação de que – do mesmo modo que, a partir do Iluminismo, iniciou-se a desconstrução da moral e do dever religioso como imperativo, com uma "ofensiva anti-religiosa" (*sic*), estabelecendo uma ética laica, secularizada, entre os anos de 1700 e 1950 – a hipermodernidade põe início à diluição da forma religiosa da moral laica, qual seja, o dever (LIPOVETSKY, 2005b, p. xxviii-xxix). Em favor de um hiperindividualismo, a hipermodernidade é a era do pós-dever, cujas sociedades são pós-moralistas.

Apresenta-se, pois, a importância central do indivíduo para as teorias demonstradas. O indivíduo – e não a pessoa, ou o sujeito – é o tema a ser mais trabalhado, ressaltando-se, para o pensamento jurídico, as noções de direitos individuais, autonomia da vontade, liberdade (mormente, de escolha) e, para o contexto político, a noção de democracia, ética, moral e valores ou princípios democráticos. Contudo, valores (ou mesmo princípios) terão, como é de se presumir, significado equívoco (isto é, variado), ainda mais quando se permitir que cada

indivíduo os tenha por si – novamente por presunção, ter-se-ia um número de grupos distintos de "valores" igual ao número de quantos fossem os habitantes do mundo. Daí denota-se que grande parte dos problemas sociais existentes não serão sanados pelo direito tal como este existe, pois, como afirma Tércio Sampaio Ferraz Jr. (2014, p. 43):

O Direito é aí concebido como fenômeno que aponta para certas estruturas que revelam certa articulação "natural", certa "normatividade" própria. Costuma-se empregar a respeito delas, em alusão a Savigny, o termo *instituto jurídico* não com o significado positivista de "complexo de normas", mas como realidade concreta, dotada de um *sentido*. A problemática do sentido faz com que a Ciência do Direito apareça como ciência cultural, não necessariamente o produto metódico de procedimentos formais, dedutivos e indutivos, mas como um conhecimento que constitui uma unidade imanente, de base concreta e real que repousa sobre *avaliação*. (grifo nosso, itálico do original)

Assim, se no mundo real o direito (ao ser instituído ou aplicado) depende de avaliação, as consequências desse direito dependerão do indivíduo (ou grupo) que está a fazer a própria avaliação – ou seja, o direito dependerá de quem o domina. Portanto, o direito contemporâneo servirá às vontades de quem o controla, seja por meio da sua criação, seja por meio da sua aplicação. Com prévia ciência deste fato, é possível entender que o direito não será neutro – como deseja aparentar –, o que confere outro motivo para se utilizar do viés crítico para analisá-lo por fora e por dentro.

3.1 QUE É ISTO – A FILOSOFIA DO DIREITO?

A forma como se estipula a indagação do título desta seção determina não apenas uma resposta, mas o que se deseja exprimir por filosofia. Diz-se isto pois tal construção frasal da escrita é feita, no original, por Martin Heidegger (1996, p. 27-40) em seu texto "Que é isto – a filosofia?"²⁰.

Heidegger afirma que, ao se tratar sobre filosofia, trata-se sobre um tema de ampla abordagem, cujas diversas possibilidades de interpretação originariam um risco à perda da devida concentração que o tema exige. Propõe-se, então, conduzir o pensamento sobre o que seria filosofia através de um caminho – não sendo o único caminho. Contudo, ainda que se encontre um caminho para responder à questão-título de seu texto, o filósofo alemão entende que o próprio modo como é feita a pergunta aloca a filosofia como objeto e, portanto, como

²⁰ Do título original "*Was ist das – die Philosophie?*" e do texto original "*Qu'est-ce Que la Philosophie?*".

algo distante (observado de fora), sendo que Heidegger deseja penetrar a filosofia. Propôs-se então percorrer o caminho que a própria filosofia percorreu antes de conferir qualquer significado apressado ao tema – o que implica em buscar a palavra em sua origem, *philosophía*. A palavra soa familiar, pois é ouvida (traduzida) desde o nascimento de cada um dos possíveis leitores, mas seu original na língua grega demonstra um caminho a percorrer, pois é sua essência²¹. Assim, a filosofia (ou *philosophía*) garante um caminho historial de tradição a se percorrer. Essa tradição inicia-se em Sócrates, Platão e Aristóteles, na forma de perguntar "Que é isto?", desenvolvida por estes – ressalta-se, uma questão originariamente grega. O modo de se fazer a questão, portanto, leva a um caminho notadamente orientado, do mundo grego até o momento em que se faz a questão. Retornando à palavra em si, Heidegger aponta que *philosophía* advém de *philósophos*, termo presumidamente criado por Heráclito cujo significado (de *anèr philósophos*) é de quem fala conforme o *lógos*, quem corresponde e está em harmonia com este – portanto, une-se com o *sophón*, como uma totalidade. Segundo Heidegger, essa totalidade foi utilizada, também, pelos sofistas, que dispunham "logo de uma explicação compreensível para qualquer um, para tudo"; então, como forma de proteção contra estes, essa ideia de totalidade foi desfeita, passando-se a procurar (aspirar) o *sophón* (a totalidade). Essa busca foi o passo dado para filosofia, o que não ocorreu antes de Sócrates, Platão e Aristóteles²². A filosofia não será o *sophón*, mas a este corresponderá – direcionar-se-á – através da linguagem, que está, então, a serviço do pensamento. Destarte, essa

²¹ Heidegger afirma ainda que expressões como "filosofia ocidental-europeia" é uma tautologia, vez que, em razão de sua origem, a filosofia é ocidental e europeia. Aduz, ainda, que a essência não foi alterada, pois se houve transformações (e não substituições), isso significa que o que foi transformado ainda é o original (mesmo que em outra forma). Conclui, com isso, que somente o ocidente e a Europa podem ser considerados originalmente filosóficos. Não cabe aqui concordar ou discordar dessa afirmação; contudo, é importante ressaltar que o modo como a filosofia é vista e estudada (origem teórica dos pensamentos, v.g.) reproduz muito do que se entendeu, nos conceitos de Lipovestky (seção 2.2), como cultura-mundo. A filosofia até hoje estudada impõe-se como centro que emana os pensamentos e conhecimentos estruturadores da sociedade e dos próprios conhecimentos e pensamentos contemporâneos – há, talvez, uma rendição dos pensadores de fora do centro (lugares aos quais a cultura-mundo é vertida) aos pensadores do centro (vetor).

²² Como se pode notar, pela lógica de Heidegger não se pode considerar os chamados pré-socráticos ou mesmo os sofistas como filósofos. Ainda que haja explicação para isso – uns por estarem em contato total com o conhecimento (ente e ser – *Hen Panta*) e não em busca do *sophón* (sendo, então, maiores pensadores que os filósofos), outros por legarem explicações simples e não aprofundadas às questões que seriam filosóficas –, não se pode anular a importância das escolas pré-socráticas à filosofia do direito, cuja distinção metodológica não é rígida e, portanto, são nomeadas em referência a Sócrates. Entretanto, consoante tal importância, é dado papel de destaque dentro dos pré-socráticos para Anaximandro de Mileto (discípulo de Tales), por seus pensamentos sobre o justo. Como afirma Alysso Leandro Mascaro (2016, p. 32): "Do conjunto de obra de Anaximandro – dezenas de livros –, quase tudo se perdeu. A frase que restou, e que por muitos é considerada o primeiro fragmento filosófico da história, trata de uma consideração sobre a justiça do mundo. O *ápeiron* é o princípio da origem e perecimento das coisas, e a injustiça a medida de cada coisa. Tal é a frase de Anaximandro, numa de suas possíveis traduções: 'De onde as coisas têm seu nascimento, para lá também devem afundar-se na perdição, segundo a necessidade; pois elas devem expiar e ser julgadas pela sua injustiça, segundo a ordem do tempo.'". Os pré-socráticos seguem, ainda, com as teorias de Heráclito, cuja compreensão, em tempos mais recentes, é de que a mudança é o natural, e nela (e também no conflito) – não na estabilidade, como dizia a tradição da época – encontra-se a justiça.

correspondência, ou caminho, não poderá ser feita sem sua historicidade. (HEIDEGGER, 1996, p. 27-40)

Usar-se-á, portanto, também da historicidade para apresentar o caminho da filosofia do direito. Porém, para identificar o caminho que se guiará, cumpre apontar qual é o objeto da filosofia do direito. Diz-se isso pois a filosofia do direito "é um ramo específico da filosofia geral" (MASCARO, 2016, p. 10), além de ser "o máximo pensamento possível sobre o próprio direito" (MASCARO, 2016).

A filosofia do direito, como se nota pela sua alcunha, tem como problema inicial o que se pode considerar por direito, sem, contudo, haver um consenso entre os filósofos do direito – vez que se pode tratar o fenômeno jurídico circunscrito às normas estatais, ou ao conceito de justo e justiça, entre outros. Além dessa alternância interna ao entendimento jurídico, que pode variar a ótica da filosofia do direito, as correntes (ou visões) filosóficas também fazem parte dessa variação. Um componente externo que também permite a variação do objeto principal desse é o objeto histórico – a depender do contexto histórico e do contexto social, alterar-se-á a preocupação do pensamento. Isso faz com que a filosofia do direito entre em contato com outros objetos específicos da própria filosofia que lhe são ou se façam próximos. Portanto, a "filosofia do direito dialoga diretamente com a filosofia política (...). Mas também se há de descobrir alguma ligação entre o direito e a ética, na medida da apreciação do justo enquanto virtude". A fronteira entre a filosofia do direito e a ciência do direito também é tênue. Pode-se entender por esta o estudo da técnica jurídica (teoria geral do direito), da norma, tal qual é dada à sua aplicação – como e quando se aplicar (interpretação, eficácia, entre outros exemplos) e as técnicas a serem utilizadas, mas não a legitimidade histórica de quem cria/interpreta a norma, quais as intenções com a criação/interpretação da norma. Assim, a filosofia do direito (enquanto comparada à teoria geral do direito) representa um salto qualitativo, onde se pode tratar efetivamente sobre justiça, para além das técnicas que o direito contemporâneo proporciona – ainda que seja a filosofia quem cria para a teoria geral o pensamento que será considerado como guia, é possível notar que não há, na teoria geral, uma persecução da justiça, mas somente do cumprimento de normas. (MASCARO, 2016, p. 11-12)

3.1.1 Historicidade da Filosofia do Direito

Como já mencionado, a historicidade é de especial relevância para garantir solidez das ideias apresentadas na sistematização realizada, não aplicando uma ideia vaga sobre justiça. Com essa sistematização também é possível verificar certa multiplicidade de visões ou

entendimentos sobre o direito e o justo – que variam nos tempos históricos por serem conceitos histórico-sociais. A sistematização, contudo, é apenas um alicerce, não esgotando o tema. É a sistematização histórica que permite perceber duas manifestações jusfilosóficas: a primeira é pré-capitalista (da idade Antiga a parte da Moderna); a segunda, a partir do capitalismo. É o modo de produção contemporâneo que dá especificidade técnica ao direito, podendo-se falar, a partir de então, que se trata de uma filosofia do direito propriamente dita – distinguindo-se de moral, religião, ética e cultura. As filosofias do direito anteriores ao capitalismo, portanto, são necessariamente filosofias do justo, apreciando tanto o direito quanto a justiça – com ênfase a esta. A filosofia do direito contemporânea inverte essa ordem, colocando maior ênfase ao direito que à justiça, atuando de forma dúbia quanto a esta; pois, ao mesmo tempo em que o jurista permite-se ser reducionista e completamente técnico, há juristas que buscam vislumbrar virtudes nas normas estatais, o justo pelas vias normativas. (MASCARO, 2016, p. 18-27)

Assim sendo, no passado a filosofia era do direito e do justo pela indistinção do direito no todo dessas sociedades, e, no presente, é do direito e do justo porque o direito e o jurista, na prática, continuam a chamar a si as valorações de justiça. As mazelas jurídicas e abomináveis ou luminosas compreensões sobre o justo e o injusto são expressão das sociedades historicamente estruturadas, seus interesses e contradições. Enredada nessa teia que não é somente teórica, é histórico-social, a filosofia do direito revela-se numa história que acompanha a própria história do direito e do justo na concretude das sociedades e dos tempos. (MASCARO, 2016, p. 27)

Deste modo, passa-se à sistematização histórica a partir da Grécia Antiga. Para tal época, cujo pensamento permeava a cosmologia, buscando o *lógos*, o homem não se distinguia da natureza enquanto objeto de observação, fazendo parte da pólis, isto é, do todo social e político. No apogeu da vida social e cultural dos atenienses, na sede da filosofia grega, Sócrates desenvolveu seu pensamento, dividindo a atenção de seu tempo com os chamados sofistas²³. Sócrates busca extrair o justo por meio da razão, independentemente do que a maioria elegeisse como decisão ou norma na democracia ateniense. Para esse pensador, a verdade não era volátil e convencional, tampouco o justo poderia advir simplesmente da revelação tradicional dos deuses da mitologia grega; Sócrates coloca, então, a razão e a verdade como critérios do justo, sendo que a injustiça (ausência de razão – irracionalidade) pode ser praticada até mesmo por quem tem o poder sobre as normas – como no caso da morte deste filósofo. Platão sucede

²³ Sócrates refuta ter os sofistas como filósofos. Contraposição do pensamento socrático, os sofistas eram tidos como mestres da retórica, num contexto em que os cidadãos atenienses (de número reduzido se comparado a todos os habitantes da Cidade-Estado grega) debatiam em praça pública. Tais mestres, sem apreço intrínseco a ideias fundantes, ensinavam a argumentar bem (vide nota 22), formando a elite política ateniense.

Sócrates nessa linha de construção do pensamento filosófico grego, o que se dá por dois motivos: ter sido aquele discípulo deste, e por somente se poder conhecer este através do que aquele escreveu. Aluno de Sócrates, Platão se expressa através de diálogos, cujo desenvolvimento é feito em cadência circular (espiralada), permitindo abertura e aprofundamento de ideias de maneira filosófica – o que forma a estrutura e o método da lógica dialética platônica na filosofia. Com esse método, seria possível sair do mundo sensível e alcançar o mundo das ideias, buscando chegar à verdade. Em se tratando de direito e justiça (do justo), Platão não faz grande distinção, utilizando-se, inclusive, de uma única palavra para significar tanto um quanto o outro (*dikaion*); por isso, ao lastrear o direito na política e na virtude, para esta visão, é possível considerar que o direito injusto (leis injustas) não é o direito. A ideia de justo, para Platão, está adstrita à pólis; a atuação de cada um deve se ligar ao todo da pólis; assim, ao invés de um conceito individual, a verdadeira justiça ocorre quando a justiça é social (sociedade justa, e não norma ou lei justas). Entretanto, não é necessariamente do debate democrático (democracia ateniense²⁴) que sobreviriam as leis justas – pode surgir o direito injusto, eleito por maioria em debate –, mas do alto pensamento filosófico (geralmente das ideias). (MASCARO, 2016, p. 63)

Em sequência, deve-se lembrar, ainda na Grécia, do discípulo de Platão, Aristóteles – cujo pensamento pode ser considerado o mais avançado do mundo antigo. Um dos destaques da filosofia aristotélica era a experiência como elemento fundamental, conjuntamente à consolidação das situações da realidade. Assim, a filosofia do direito, neste, revela-se pela sistematização filosófica da justiça. Para Aristóteles, há de se compreender a justiça em dois grandes campos: em um sentido universal e outro particular. Em seu sentido universal, sentido lato, a justiça é a manifestação geral da virtude – a virtude inerente às demais virtudes – e a apropriação do que é justo à lei – a lei deve ser justa em seu conteúdo para ser lei, não em sua forma (forma válida). O estudo da justiça, em Aristóteles, contudo, deve ser feito em seu sentido particular, sentido estrito. A justiça particular divide-se em distributiva (dar a cada um o que é seu, de acordo com o seu mérito – tratando da distribuição das riquezas e benefícios) e corretiva (reparação do quinhão involuntária ou voluntariamente subtraído) – que por sua vez se subdivide em outras duas: as de relações voluntárias e as de relações involuntárias. Além destas, pode-se ter também um caso especial da justiça particular, a reciprocidade, que, "embora não

²⁴ A democracia ateniense serve, em tese, de sustento teórico para a democracia contemporânea; entretanto, divergem-se pelo fato de esta ser meramente representativa. Ainda que daí se derive um conceito de injustiça na democracia contemporânea (pois o representante pode se desvirtuar sem o controle completo do representado), certo é que a democracia ateniense não era por si só mais justa, vez que a sociedade era dividida entre cidadãos e não cidadãos, suportando, também, a existência de escravidão.

diretamente elencada ao lado das duas subespécies [corretiva e distributiva] [...], não se confunde com nenhuma das duas, constituindo, pois, uma previsão especial" – que depende da troca de produtos, pois, para haver justiça entre a troca de um produto por outro, deve haver uma proporção recíproca justa. Para a justiça distributiva, o justo é um meio-termo entre dois indivíduos e duas coisas, conforme o merecimento (que é relativo); para a justiça corretiva, a relação de proporção entre duas coisas; para a reciprocidade, há a equivalência material entre os produtos através do dinheiro. Esta equivalência garante que não haja comparação entre produtos de valores desiguais; por igual pensamento, não é possível que – vislumbrando uma justiça na realidade social – haja comparação entre pessoas dessemelhantes e que com isso seja considerado o "mérito" na justiça distributiva. Aristóteles, então, afirma haver justa distribuição entre os cidadãos da pólis (vide nota 24)²⁵. Quanto à distribuição em si, entre semelhantes, é viável dizer que a justiça (a virtude) está no meio termo: nem excesso, nem escassez, o que somente é possível mensurar em um caso específico. Assim, chega-se ao que Aristóteles denomina como equidade; age-se em conformidade à justiça, complementando e corrigindo a lei justa para cada caso (não a negando, nem a pondo como injusta). Por fim, para Aristóteles, se tratando a justiça de um agir – somente se atinge uma situação justa (corretiva, distributiva, ou em reciprocidade) por meio de uma ação humana em relação ao caso que se lhe impõe –, é necessário que haja a virtude da prudência nesse agir – afastando-se da arte e da ciência, passando a exigir a atuação dos homens prudentes nas situações específicas, conforme o que é possível ou provável. (MASCARO, 2016, p. 64-82)

A continuidade histórica procede com a decadência da cultura grega. Entretanto, ainda que o período de glória dessa cultura tenha se exaurido, o que ocorreu não foi o encerramento, mas a expansão da cultura grega para outros povos, carregando a alcunha de helenismo – e guardando referenciais de diálogo com a tríade clássica (Sócrates, Platão e Aristóteles). Seguem-se, no período pós-clássico, os movimentos denominados epicurismo e estoicismo. O primeiro tem base nas ideias de Epicuro de Samos, para o qual o guia filosófico deve ser a busca do prazer (ausência de perturbação, dor, sofrimento). O justo, então, seria fundado no interesse de uma vida prazerosa (plena) para si e para outrem, agindo em conformidade ao bem do outro, sendo o justo uma convenção. Já o estoicismo, fundado por Zenão de Citium, tende à orientação da razão para o uso prático e, assim, ao conhecimento da natureza de si mesmo e à orientação

²⁵ Segundo Alysson Leandro Mascaro (2016, p. 72-73), Aristóteles afirma que a justiça distributiva estende-se apenas aos cidadãos, mantendo uma postura conservadora. Contudo, guarda-se um grande potencial crítico, na medida em que se pode pensar conforme essa visão conservadora (excluindo-se, pois, os dessemelhantes), ou, também, ir contra tal visão sem sair do discurso de Aristóteles, buscando estabelecer condições semelhantes entre os dessemelhantes para, somente então, aplicar a justiça distributiva conforme o mérito.

do próprio destino, cumprindo os deveres como hábito (o que gera a virtude). Muito aproveitado no direito romano, o estoicismo é encontrado e desenvolvido em pensamentos da época, como em Cícero, para o qual o direito (natural) é a reta razão, devendo ser única a todos os homens (em qualquer local do planeta), vez que o homem (ou o pensamento) seria universal.

Ambos os movimentos, ainda que divergentes, tendem à ampliação do valor da moral para o pensamento filosófico – quase como uma religião. Com suas teorias muito utilizadas na prática, o pensamento filosófico grego (ou, após diluição, helenista) mudará sua essência com o cristianismo, cujas diversas interpretações de origem culminam no pensamento jurídico e político de Paulo de Tarso (evadido do "conservadorismo do poder terreno"). Nota-se nessa época uma forte marcação teórica pela subordinação da filosofia à religião, e pela inversão da importância entre razão e fé (pela qual esta passa a ser mais importante), o que foi utilizado como modo para sustentação da religião que dominaria o continente europeu. Dentre diversos pensadores, o destaque dá-se em Agostinho e Tomás de Aquino, santos da Igreja Católica. Agostinho (ou Santo Agostinho) depara-se em sua formação e em sua prática com obras platônicas e neoplatônicas; a partir disso, é estabelecida uma distinção (na obra *A cidade de Deus*) da falibilidade da cidade dos homens e da perfeição da cidade de Deus, onde reside a justiça, cuja medida passa a ser a fé (a graça divina leva à salvação; bem como o justo está nas leis divinas, imutáveis). A disseminação da cultura árabe-judaica abala o mundo dos pensadores cristãos ao final da Idade Média, por ter como base a filosofia aristotélica. A Igreja Católica dialogará com o pensamento de Aristóteles na época de Tomás de Aquino (ou São Tomás de Aquino), separado quase um milênio de Agostinho. Exponente da escolástica, Tomás de Aquino aproxima o pensamento teológico dos âmbitos social e político, na medida em que, retomando a valorização da razão humana, afirma que os atos dos homens são complementos à fé; em referência a leis, faz-se a divisão entre leis eternas e divinas (aquelas ininteligíveis ao homem, estas inalcançáveis pela razão, mas feitas para o homem), lei natural (participação da lei eterna na criatura racional, independentemente da fé que pratica) e lei humana (confeccionada racionalmente pelo homem, mas não necessariamente injusta, como seria para Agostinho). Para ele, a justiça – próxima à noção de distribuição e retribuição aristotélicas – será o bem do outro (proporcional ao outro), adotado conforme a situação, por meio da ação justa (adaptação do direito natural à razão). (MASCARO, 2016, p. 91-117)

O pensamento tomista, contudo, gerou uma mudança maleável nos comportamentos sociais (mormente, internos ao clero), quando comparado à retidão pensada em Agostinho. Esse fato, conjuntamente a outros, culmina na Reforma Protestante (por um retorno ao agostinianismo ante o tomismo da época) e em seu revide, pela Contrarreforma (uma adaptação

do agostinianismo ao tomismo, gerando o neo-tomismo para os católicos). O choque entre as visões da época faz surgir as bases do que seria visto ou defendido na modernidade. O pensamento reformista, retomando também a obediência às autoridades (em Paulo de Tarso), estrutura o que viria a ser um positivismo; este fato pode ser atribuído à expansão colonial dos católicos (ibéricos), através da qual estendiam a racionalidade aos povos nativos dos locais ocupados e, conseqüentemente, o direito natural, um incipiente direito das gentes. Tal modernidade, contudo, remonta a períodos bastante distintos entre si – Renascimento, Absolutismo e Iluminismo, cujos respectivos pensamentos eram diversificados, mesmo em suas premissas. A maior liberdade em relação à própria teologia confere uma busca por inspiração nos clássicos, o que se alcunhou como Renascimento, cujo eixo teórico foi o homem e não Deus. Traz-se como expoente Nicolau Maquiavel, que enfatiza a controle do homem sobre a política, mormente pela dualidade entre *virtù* e *fortuna*, contrariando a lógica da vontade divina vista no período anterior. Esta última lógica – cuja forma embrionária pode ser notada em críticas elaboradas por Maquiavel – é ressaltada, como uma retomada do período teológico da filosofia, por Jean Bodin. A teorização de Bodin foi de importância ao Absolutismo, cujo poder político humano seria derivado do poder divino. A fundamentação prática da moral do poder na política, feita pela filosofia da época, legitima a ideia de poder soberano ao Estado (ao monarca absoluto e, portanto, indivíduo), o que confere à discussão sobre a distinção entre moral e justiça (dentro da filosofia do direito) um caráter meramente formal – como se fosse justo o que o Estado assim chamar. O contraponto a este período é feito pelo Iluminismo²⁶ – dentre os expoentes, ressalta-se Locke, Voltaire, Rousseau, Montesquieu e Kant. Destacando as luzes da razão, faz-se contraponto ao Absolutismo, o qual se alcunha de trevas (por sua base teológica e, portanto, fundamentado mais na fé que na razão), ainda que ambos estivessem no mesmo tempo histórico. (MASCARO, 2017, p. 118, 122-133)

Ainda que continente de bases filosóficas distintas, há um fator em comum na modernidade: o surgimento e a consolidação do capitalismo como forma de produção na base econômico-social; com a figura do Estado como centro de discussões teóricas (como se nota com os contratualistas), sendo instância social típica desse fenômeno econômico²⁷, assentado,

²⁶ Tal corrente filosófica e tempo histórico é de maior importância para o presente trabalho, vez que as ideias de Lipovetsky remontam muitas vezes aos teóricos iluministas, cujos ideais tornar-se-ão fatos práticos com o capitalismo e serão intensificados com a hipermodernidade.

²⁷ Mascaro, em sua obra *Estado e forma política*, aduz que – diferentemente do modo de produção escravagista (da Antiguidade) ou feudal (da pré-Modernidade) – somente pelo e com o capitalismo é criado um ente de domínio político (Estado) distinto daquele de domínio econômico (burguesia), vetores que eram tidos na mão de uma única classe (senhores de escravos ou senhores feudais). É com o capitalismo que essa divisão é feita, justamente para a criação de um terceiro, supostamente neutro, que intermedeie e permita as relações de exploração; o que, na verdade, permite que os detentores do poder econômico legitimem sua dominação sem dispêndio direto de seu

também, no individualismo como reflexão das relações sociais. As transformações políticas encontraram respaldo no Iluminismo para destoar da ordem estamental idealizada pelo Absolutismo (nobreza, clero e povo), que impedia o avanço do capitalismo. Assim, as revoluções liberais alteraram a realidade política, social, econômica e jurídica do ocidente – tendo no Iluminismo suas armas, liberdade e igualdade. Reclama-se a universalidade de direitos subjetivos, rejeitando-se o *status quo*, o estamento e os antigos privilégios. Para a nova classe – a burguesia, ora distinta do resto do povo quanto ao seu poder –, o Estado deve ser subordinado ao interesse individual, e não o contrário. O individualismo é ressaltado de início não na modernidade, mas antes dela, vez que (para a Antiguidade) a justiça era obtida em função do social ou do outro, e o pensamento cristão inverte tal prisma, tendo a salvação individual (ocorrida após o mundo humano) como justiça (divina). Pode-se separar as teorias modernas por filosofia política e filosofia do direito – aquela com foco nos chamados contratualistas, esta no direito natural (direito natural da razão), cujos expoentes esboçam pensamentos em ambas as teorias. Sendo os indivíduos universalmente iguais em sua natureza, os contratos sociais podem ser estabelecidos em iguais parâmetros – esse pensamento culminará, inevitavelmente, numa ideia de direito natural (daí a ligação entre as filosofias política e do direito modernas). Entretanto, o direito natural dos modernos é tido por racional (jusracionalismo), diferenciando-se daqueles direitos naturais da antiguidade ou cristãos. A razão, para os modernos, é a todos distribuída, é universal, e não adstrita a uma autoridade. (MASCARO, 2016, p. 134-158)

Afirmar a *universalidade* do conhecimento racional dos direitos naturais remete à insolúvel questão dos métodos do conhecimento: empirismo e racionalismo têm dificuldades em sustentar uma teoria apta a demonstrar conceitos universais. Ao mesmo tempo, a necessidade de construir uma noção de direitos não relativos é muito clara para a filosofia do direito moderna: se os direitos fossem flexíveis, circunstanciais, variáveis culturalmente, corria-se risco, pois as normas do Absolutismo também poderiam arrogar-se certa

lucro. O autor afirma: "Este terceiro [o Estado] não é um adendo nem um complemento, mas parte necessária da própria reprodução capitalista. Sem ele, o domínio do capital sobre o trabalho assalariado seria domínio direto – portanto, escravidão ou servidão. A reprodução da exploração assalariada e mercantil fortalece necessariamente uma instituição política apartada dos indivíduos. Daí a dificuldade em se aperceber, à primeira vista, a conexão entre capitalismo e Estado, na medida em que, sendo um aparato terceiro em relação à exploração, o Estado não é nenhum burguês em específico nem está em sua função imediata. A sua separação em face de todas as classes e indivíduos constitui a chave da possibilidade da própria reprodução do capital: o aparato estatal é a garantia da mercadoria, da propriedade privada e dos vínculos jurídicos de exploração que jungem o capital e o trabalho. Nesse sentido, deve-se entender o Estado não como um aparato neutro à disposição da burguesia, para que, nele, ela exerça o poder. É preciso compreender na dinâmica das próprias relações capitalistas a razão de ser estrutural do Estado". Ele continua: "[...] não é o Estado, como um aparato de poder soberano que dá origem à dinâmica do capitalismo, mas sim o contrário. Nem se pode compreender o Estado como o centro criador do modo de produção capitalista, tampouco se pode tê-lo, *a posteriori*, como dirigente maior ou único da vontade de manutenção dos padrões de reprodução capitalista" (MASCARO, 2013, p. 18-20).

legitimidade. Se houvesse uma pluralidade de legislações legítimas haveria pluralidade de razões, e nenhum critério pelo qual se pudesse dizer que as normas do Absolutismo deveriam ser abolidas. Mas o movimento histórico da burguesia na Idade Moderna busca o exato contrário: é preciso dizer da existência racional de um só direito, o chamado direito natural, consoante o qual se possa julgar o Absolutismo e dele dizer-se injusto, porque irracional.

Para tanto, a busca moderna é a da *certeza racional* de certos direitos. A liberdade, alavanca das possibilidades negociais burguesas, deverá ser dita um direito natural do homem, sendo que as normas absolutistas que a cerceiam devem ser proscritas. A igualdade perante a lei, fundamento da mercancia burguesa, deverá ser elevada à condição de direito natural, e o privilégio posto à margem da história jurídica moderna. A propriedade privada e a segurança das relações jurídicas devem ser declaradas direitos universais. Todo o movimento social burguês na Idade Moderna quer a estabilidade e a universalidade das leis. Dos primeiros iluministas até Kant, a história não entra como elemento processual na determinação da razão jurídica iluminista. Por isso, é preciso insistir numa razão universal que declare os direitos naturais para além de um certo momento histórico apenas. (MASCARO, 2016, p. 159-160)

Último pensador filosófico moderno, Immanuel Kant tem importância inigualável, representando "a mais radical ruptura com o pensamento jurídico antigo". Kant separa o direito, dever externo (ação exterior) que não depende de motivação individual, da moral, uma prática da lei *per se*, cuja residência se faz na vontade interna do indivíduo. Enquanto àquele basta cumprir, desta (a moral), deve-se desejar o cumprimento. A fonte lógica do direito e da moral, contudo, é a mesma: os imperativos categóricos, e, portanto, a universalidade de suas normas, não adaptável (moral) ou justo (direito) conforme conveniências ou circunstâncias. Quanto ao direito (natural) em si, este é racional, podendo se opor ao direito posto caso divirja da racionalidade. Por ser o direito natural aquele da razão, extraído do pensamento individual (e universal), basta sua forma apriorística para que se confirme (dever-ser), independentemente da realidade – ele não necessita nem da confirmação, nem da correção na realidade, não visando, então, o bem comum, mas sendo justo pela "pura razão de justiça que se possa pensar". Ainda que a moral também pudesse ser identificada dessa maneira, certo é que se distingue do direito ao passo que o não cumprimento gera uma sanção. O indivíduo pode, então, sofrer coerção externa – do Estado – ao descumprir o dever jurídico; ainda que este possa ser indiretamente ético, não o é por si só, vez que a possibilidade de não cumprimento do dever jurídico (que gerará coerção) seria a ausência da ética no seu limite individual. Assim, o seu cumprimento (sem coerção) mostra-se indiretamente ético. Tal coerção poderia, então, aparentar uma ausência de liberdade individual; entretanto, Kant coloca a coerção estatal como sendo uma resistência que obsta empecilhos para que a liberdade individual seja garantida e

exercida – sendo a única função do Estado garantir a justiça, provendo a possibilidade de liberdade dos indivíduos. A filosofia de Kant não é histórica, sua perspectiva para o futuro se mensura sem um método com caminho histórico necessário ou fatos empíricos. A melhoria humana, para o filósofo alemão, não viria pelo indivíduo (e sua moral), e sim por suas "amarras políticas, institucionais e jurídicas". A melhoria humana se daria pelo progresso jurídico, cuja razão constrói o futuro – para garantia da liberdade individual nesse sentido (das mencionadas amarras) é que se daria a ordem de um direito público (o Estado). (MASCARO, 2016, p. 230-236)

Hegel, já após os modernos, constitui sua filosofia focando nas transformações sociais e mudanças – ou seja, na história, não ignorando a realidade, mas utilizando-a para dela deduzir sua filosofia. Sem sair totalmente do idealismo alemão, Hegel diferencia-se por construir uma interligação entre o ideal e o real, ao invés de colocá-los em dicotomia – junta-se o ser (realidade pela efetividade) no dever-ser (ideal), diluindo aquele neste. É nesta aproximação do real com o ideal que será conceituada a dialética hegeliana – distinta das dialéticas anteriores, que somente se davam no campo da argumentação e compreensão de ideias (opunham conceitos determinados e contradições meramente aparentes – um raciocínio sem conteúdo material). Para Hegel, o conflito entre tese e antítese é um conflito na própria realidade, sendo a síntese a superação desse conflito. Ao compreender a afirmação abstrata (entendimento racional e filosófico do mundo), ultrapassam-se as limitações dessa afirmação em conflito com sua própria negação, vista pelo seu desenvolvimento na realidade, ao unir a afirmação à sua negação, fazendo um verdadeiro desenvolvimento histórico da realidade (do mundo), concilia-se a ideia (razão – que move o processo histórico, segundo Hegel) com a realidade. De tal conciliação faz-se o conceito de totalidade, pelo qual deve ser entendido o direito em Hegel – ou seja, a conjugação de outras áreas como política, economia e demais questões sociais. Assim, é no direito e no Estado que se encontrará a racionalidade plenificada. Dialogando com as tradições clássica e moderna, aproxima-se de uma ética social e os eixos do individualismo afastam-se, tendendo à submissão do indivíduo ao todo (não sua diluição). A síntese (remontando a própria dialética hegeliana) do conflito entre indivíduo e social é o Estado, o qual suplanta as razões individuais, prevendo, ainda, os direitos individuais, mas acima dos indivíduos. Sua filosofia, em verdade, converge com seu tempo, no qual o espírito revolucionário liberal é estacionário (conversador), vez que já está estabilizada a forma capitalista da economia e sua versão política advinda da Revolução Francesa. Esse Estado, então, independente de um contrato social ou das moralidades individuais, funda-se em si mesmo, é em si e para si. (MASCARO, 2016, p. 238-256)

Contemporânea a Hegel, existiu também a chamada Escola Histórica, cujos membros apresentam uma crítica ao jusnaturalismo e à racionalidade individual e universalizante incutida no direito. Entretanto, os componentes de tal corrente – dos quais destacam-se Carl von Savigny e Gustav Hugo – alicerceiam o fenômeno jurídico no povo; isto é, nos costumes, na cultura jurídica, nas experiências (portanto, trata-se de uma corrente histórica), em suma, no que alcunhavam de espírito jurídico de cada povo – gerando a expressão *Volksgeist* (espírito do povo) –, ao invés de fazê-lo no Estado, como Hegel. Tal corrente, contudo, não alcança influência semelhante à de Hegel, cujo pensamento torna-se referência à Alemanha da época, sendo lido e apropriado por conservadores e liberais (progressistas), sem que se afastasse do idealismo alemão²⁸. Os conversadores foram conhecidos como hegelianos de direita, ainda muito arraigados aos preceitos confessionais quando de sua aplicação filosófica. Dentre os progressistas, hegelianos de esquerda, destaca-se Feuerbach, que, em sua obra *A essência do cristianismo*, inverte a lógica de objeto-criador entre Deus e o homem, tornando este criador daquele²⁹. Iniciando a sua trajetória de pensamento em viés mais próximo ao hegelianismo de esquerda, Karl Marx representa indiscutível importância e marca uma mudança de visões em relação a diversas áreas do conhecimento, mormente economia, filosofia e direito. Com forte ligação a Feuerbach, Marx diferencia-se (em seu início) deste por não ter o homem como um conceito antropológico, mas a partir da vida social em sua concretude. Em diálogo com a

²⁸ Segundo Will Dudley (2007, p. 13-15), o idealismo alemão surge com a obra *Crítica da razão pura*, de Immanuel Kant em 1781, durando cerca de cinquenta anos e findando-se com a morte de Hegel. Esse período influenciou e desenvolveu a filosofia, bem como as demais ciências humanas e ciências sociais posteriores ao seu tempo (fenomenologia e existencialismo, teoria crítica, pós-estruturalismo, entre outros); isso coloca o idealismo alemão na base da filosofia a partir da modernidade. Foi, em si, uma forte insistência do iluminismo (contra a aceitação da injustificada autoridade) através de uma justificativa racional (a racionalidade e, por fim, a razão são essenciais) e pela liberdade; o que se inicia como um pensamento chega à sua prática de forma revolucionária na França em 1789. Kant buscou, de início, assegurar e estabelecer os limites da cognição racional e da ação.

²⁹ Em sua obra, Feuerbach (2007, p. 35-60) justifica a distinção entre o homem e os demais animais pela existência da religião; para isso demonstra a diferenciação entre consciência e instinto, sendo aquela uma noção do infinito em si e com um fim em si mesmo (o que apresenta como "perfeição"). Como exemplo, o filósofo alemão utiliza-se da astronomia, indicando que o sol é o mesmo para todos os planetas de seu sistema, mas para cada planeta a percepção será distinta – portanto, observar e descrever o sol seria ter em consideração o próprio referencial, ou seja, o próprio planeta, assim, do mesmo modo que o sol é um objeto, o planeta é um objeto sem o qual a observação se altera completamente. Tornando à consciência, explicam-se forças humanas como fins em si, ou pela razão (cujo fim é a razão), ou pelo amor (cujo fim é o amor), ou pelo querer (cujo fim é o querer e, em si, a liberdade). Entretanto, os instintos – tidos, em suma, como ações naturais ou da natureza –, tanto quanto a consciência, colocariam o homem como objeto dos seus atos da consciência ou sensoriais. Tal qual a explicação com a astronomia como pano de fundo, o indivíduo, ao refletir sobre algo ou ao sentir algo, somente pode fazê-lo em relação a si (ponto referencial) – sendo observador e objeto ao mesmo tempo. Contudo, a consciência (e aí está a distinção para os animais) permite que o indivíduo coloque-se fora de si e – sendo o Eu e o próprio tu – se ponha como objeto; é assim que se pensa a religião, como sendo a humanidade um objeto da ação e da vontade de Deus. Ao se pensar esse deus como infinito (o que só a consciência permite), são a ele imputadas características perfeitas, as quais o indivíduo deve tentar imitar para ser bom. Entretanto, o que se faz é deslocar características que seriam ideais ao homem e, em seu grau de perfeição, atribuí-las a Deus. Portanto, a criação da religião é a externalização (objetificação) das características internas de cada homem, mas atribuídas a um ser que sujeitará ao seu domínio e poder (tornará objeto) o próprio homem.

filosofia do direito de Hegel, Marx opõe-se à ideia de que o Estado seja universal, passando a introduzir um conceito social maior, que seria a classe do proletariado. (MASCARO, 2016, p. 264–270)

Ao se afastar do idealismo, ainda no início de sua carreira Marx desenvolve uma filosofia concreta, orientada para a transformação da *práxis*³⁰. Isso significa dizer que ele se afasta não somente da tradição – o idealismo que é, antes de tudo, racional –, mas, também, da crítica materialista ao idealismo feita por Feuerbach. Ao passo que este introduziria um materialismo contemplativo – pelo qual objeto e a realidade são apreendidos sob a forma de objeto (contemplação) e não como atividade humana sensível (prática) –, Marx funda sua filosofia do ponto de vista de uma *práxis* revolucionária; a ligação de Marx com o hegelianismo, então, passa a ser mais formal que conteudista, na medida em que ele se utiliza do método que das conclusões em si. O materialismo em Marx, chamado de materialismo histórico (diferenciando-se do materialismo vulgar – meramente dos sentidos e da materialidade direta), é fundado nas relações sociais; analisa-se, cientificamente, o homem em sociedade dentro do processo histórico – pelo fato de o homem apreender as relações (históricas, sociais e produtivas) que cercam, a história perfaz-se na base econômico-produtiva da sociedade (escravismo, feudalismo, capitalismo). O processo histórico, contudo, não se faz linearmente, mas pela dialética. Diferencia-se, então, a dialética idealista de Hegel do materialismo dialético de Marx – que é quem demonstra a distinção, vez que para aquele (quem primeiro demonstrou a dialética como processo histórico) a ideia surge (independente) e, depois, concilia-se com a realidade, enquanto que para este a ideia é a constatação da realidade que foi transposta à mente humana. Em verificação ao processo histórico, Marx nota as contradições existentes entre as realidades de senhores e escravos, senhores e servos e, a seu tempo, burguês e trabalhador; há, nestas situações, um grupo que é afastado de suas possibilidades plenas, pois se assentam na produção de atividades em benefício alheio, sendo alienadas de si. Os homens (do proletariado), vendendo sua força de trabalho, passam a ser subordinados, tornando-se mercadoria, meio para produção de um bem. Essa alienação não seria, entretanto, possível sem seu velamento, advindo de valores, modos de reflexão do pensamento, da cultura e de ideias, através de uma ideologia (manipulada ou diretamente ligada às classes exploradoras) que se diz universal em valores que são bons e eternos. (MASCARO, 2016, p. 271-288)

³⁰ Como afirma Mascaro (2016, p. 275), a noção de *práxis* remonta a divisão das atividades humanas desenvolvidas por Aristóteles – *práxis*, *poiésis* e *theoria*. Nas épocas medieval e moderna, a *theoria* fora o campo da filosofia; a *poiésis* seria, então, a base da atividade industrial burguesa (vontade humana, relacional). A filosofia fundamentada na *práxis* tem o condão de transformação, pois não seria mera contemplação (*theoria*), nem mero instrumento (*poiésis*).

Para Marx, então, os homens não seriam abstratos (ou ideais), e sua materialidade (realidade) dar-se-ia pelo fato de que produzem seus meios de subsistência, condicionando (pela produção) as demais relações sociais sem que esse processo seja percebido; assim, pelo "ser social" do homem haveria a determinação de sua consciência – seriam as relações de produção a estrutura (ou infraestrutura) cujas demais relações (política, social, direito, religião, cultura, entre outras) seriam a superestrutura. Afirma-se, então, que – independentemente da existência de outras forças produtivas (como matéria-prima ou máquinas) – o trabalho (ação e produção humana) é a força produtiva em última instância, sem a qual as demais não existiriam. E é com base nessa força produtiva que se dá a relação entre os detentores dos meios de produção (capitalistas) e os que não os possuem – multidão que participa do processo de produção apenas pela venda de sua força de trabalho, livremente comprado pelos capitalistas. O trabalho – isto é, a força de trabalho – torna-se mercadoria, cujo valor (tal qual as demais mercadorias) é dado pela troca (circulação) e não por um valor em si. A sociedade é, então, diferenciada entre si por grupos (ou classes, ou estratificações³¹), vez que uns detêm o meio de produção, enquanto outros poderão somente vender sua força de trabalho e ficar à mercê, sem autonomia, da vontade daqueles. Além disso, o excedente produzido pela força de trabalho somada aos meios de produção não é distribuído igualmente, mas acumulado pelos detentores destes – e é neste momento que a lógica do capital se mostra como lógica de exploração (ainda que não pela força, como nos meios de produção antecedentes). (MASCARO, 2016, p. 283-285)

Em relação à filosofia do direito, Mascaro (2016, p. 288) afirma que Marx é "transformador da tradição do pensamento jusfilosófico e da filosofia política: ao mesmo tempo em que se debruça às bases, tocando em todos os fundamentos da filosofia política e do direito moderno, terá o efeito de denúncia do profundo idealismo e caráter burguês" desses fundamentos. Os elementos e fundamentos dessas filosofias modernas (apresentados por Hegel e, em certa medida, Kant) são, em Marx, inseridos dentro da lógica capitalista – vistos, portanto, por seu contexto e não sua singularidade isolada; o Estado não é ideal, não encarna a racionalidade – como, em Hegel, sendo em si e para si –, tampouco o direito é a racionalidade

³¹ Importa destacar, já neste momento, a conexão deste trabalho com a lógica capitalista. Como mencionado no início desse capítulo (retomando afirmação do capítulo anterior), a teoria da hipermodernidade (e, mormente, o hiperconsumo) é essencialmente capitalista. Portanto, a crítica pela filosofia da *práxis* deve ter maior destaque, vez que enxerga o capitalismo como um retrato, tentando pôr-se fora ou distante dele. Somente distante da lógica capitalista – almejando, quiçá, alterá-la – é que se pode verificar a construção de sua sociabilidade em estratos (classes) sociais, muito distintas dos estamentos imutáveis existentes na sociedade do Antigo Regime. Assim, falar em "Estratificações Sociais e o Hiperconsumo" traz consigo a carga histórica da construção do que são as estratificações sociais no capitalismo – que se diversificaram, e somente podem ser tomadas como capitalistas e proletariado se ambos os conceitos forem, de distintas maneiras, ampliados – e de sua forma cíclica, cuja exploração é *conditio sine qua non* para a continuidade do sistema capitalista.

do justo. O Estado serve ao interesse burguês, pois torna os indivíduos cidadãos cuja liberdade não é real – tornado sujeito de direito, o indivíduo pode transacionar mercadoria, bem como pode o trabalhador de maneira supostamente livre vender sua força de trabalho, tudo por meio da ficção jurídica do contrato. Assim, o Estado, igualando indivíduos que permanecerão estratificados na prática, surge como condição estruturante da (e para a) exploração jurídica da força de trabalho. O direito, ainda ratificado pela suposição de uma vontade livre, desenvolverá relações de propriedade como seu resultado, pois o contrato é que sustentará a circulação da mercadoria possibilitando a reprodução do sistema. Haverá, assim, transmissão das propriedades, além de ratificação da possibilidade do acúmulo. Para o burguês, o direito é a lei e a confirmação de suas próprias regras. Olvida-se o problema da justiça: não há justo para além do direito, uma vez que a compreensão do termo justiça deve ser verificada no tempo e se ajustará ao sistema vigente. Portanto, ainda que haja reforma social, não pode haver reforma do sistema capitalista por meio do direito, subscrito como uma forma necessária à reprodução do capital. (MASCARO, 2016, p. 288-301)

3.1.2 Caminhos da Filosofia do Direito Contemporânea

É necessário que se continue a caminhar. Como afirmado no início da seção 3.1, ao se tratar da filosofia, elege-se um caminho para traçar, demonstrando suas especificidades e seu significado. O que se fez até aqui, portanto, foi caminhar por um trajeto específico – não único, nem mais acertado que algum outro – dentro da historicidade da filosofia do direito. Pôde-se demonstrar sua relação íntima com a filosofia política, não se distinguindo o jurídico do justo; vendo-os através do social ("política" para os clássicos), como divino e como individual, além das perspectivas idealistas (racionalis) e críticas. É, então, nesse momento que não se pode tratar mais da filosofia do direito como uma linearidade única no tempo – se Kant fora um pensamento quase incontestável (tentando unir o empirismo ao racionalismo) e Hegel fora hegemônico após sua morte, é de se notar que, a partir deste, há uma cisão (hegelianos de direita e de esquerda) e, após, há a criação de uma teoria crítica. Portanto, seria estranho que o caminho continuasse meramente linear e não se dividisse.

É no intuito de identificar os existentes caminhos possíveis – para, somente então, ressaltar o que se teria por direito nas teorias da hipermodernidade de Gilles Lipovetsky – que se continua o trajeto. Demonstra-se, então, a leitura da filosofia do direito contemporânea feita por Alysson Leandro Mascaro, o qual propõe uma classificação em três vertentes – três

caminhos jusfilosóficos específicos, quais sejam, o juspositivismo, o não juspositivismo e o marxismo.

As visões desses pensamentos podem, também, ser divididas entre conservadoras (juspositivismo) e críticas (não juspositivismo e marxismo). A visão conservadora assim o é pois legitima o direito positivo estatal como única vertente de compreensão possível ao direito, enquanto as críticas sobrepõem-se a tal positivismo. As visões juspositivistas – ou seja, de legitimação e aceitação do direito e instituições políticas e jurídicas – podem ser alcunhadas como formalista, estatal, institucional ou liberal. As visões marxistas investigam os nexos históricos e estruturais do direito dentro da sociedade, tendo uma visão transformadora (*práxis*) da sociedade, da política e do direito, revelando uma crítica profunda – não sendo, portanto, juspositivistas. Por dupla exclusão, existem visões que se agrupam como não sendo profundamente críticas (de transformação – não sendo, assim, marxistas), mas, também, não são formalistas nem liberais, adotando uma noção realista do fenômeno jurídico – não sendo positivistas. Poder-se-ia chamar de "filosofia do direito do poder" a filosofia não juspositivistas. Essa divisão é feita também pela extensão de cada visão do direito, podendo ser limitada na manifestação e elaboração estatal, normativista e reducionista (juspositivistas); preceptora das relações de poder, buscando escapar do reducionismo (não juspositivistas); ou na totalidade das relações sociais (marxistas). Essas divisões são apresentadas, também, em relação às suas inspirações filosóficas e jusfilosóficas: para os juspositivistas, as inspirações seriam Kant e, em certa medida, Hegel, além de Hans Kelsen (jusfilósofo); para os não juspositivistas, tanto Heidegger quanto Foucault são paradigmas, somando-se a eles Carl Schmitt (jusfilósofo); para os marxistas, o maior teórico é Marx, sendo o jurista do direito inspirador desta visão Evgeni Pachukanis. (MASCARO, 2016, p. 311-312)

Por ser uma divisão em três grandes caminhos, existem divisões internas em cada um, sendo utilizados conceitos amplos para agrupá-los – nota-se que em um mesmo grupo existem filósofos completamente destoantes em abordagem e vinculação ideológica (como Foucault e Heidegger). Em termos de quantidade, o juspositivismo é o que mais está presente na prática do jurista contemporâneo, ante à imensa limitação teórica e prática dos profissionais do direito, além das estruturas institucionais que lhes são proporcionados. Adstrito às normas estatais, esse caminho é representado por uma metodologia analítica dentro da teoria geral do direito – podendo-se destacar Kelsen, Alf Ross, Herbert Hart e Norberto Bobbio –, apresentando uma filosofia juspositivista analítica e reducionista. Essa partícula do juspositivismo utiliza-se de aspectos comunicacionais (certo modo de uso da filosofia da linguagem), como se houvesse pertencimento deles ao direito positivo, não escapando deste – manejando as normas estatais,

lhes é dado tratamento analítico, lógico e linguístico. Contudo, além da sua forma analítica, é possível destacar dois outros modos de manifestação do juspositivismo: o ecletismo juspositivista e o juspositivismo ético. O ecletismo não é completamente reduzido à norma, pois não alcança identificação total com esta, mas é anterior a isso (demonstrando uma naturalidade na positivação), tendo como correntes a Escola Histórica (século XIX) e o culturalismo (século XX), e por representantes Jhering e Miguel Reale. O juspositivismo ético é pós-reducionista, não se limita às normas do direito positivo; ao invés de se postar anterior a este, essa corrente tenta reinvestir em outros fenômenos sociais (política, economia, sociedade, cultura) as formas jurídicas estatais (normativas), tendo como representante Jürgen Habermas³². Assim, o juspositivismo pode ser pré-reducionista, plenamente reducionista ou pós-reducionista; de todo modo, não se deixa de ter por centro apenas o que é dado na sociedade capitalista como direito, trazendo uma posição conservadora. (MASCARO, 2016, p. 312-313)

O não juspositivismo (ou não juspositivismo não marxista) é o campo mais amplo, onde os eixos subdivididos não possuem qualquer elo que não seja o "desmascaramento da falsa verdade do direito positivo", o que torna sua separação demasiadamente destoante. Baseado em Martin Heidegger e visto em Hans-Georg Gadamer, o eixo existencialista recusa a modernidade, opondo-se ao capitalismo e ao que poderá o suceder, desejando um resgate do direito natural, aristotélico (sendo o direito arte – prudência), não técnico – externando verdadeira posição reacionária. Em Carl Schmitt, baseia-se o decisionismo em grande recusa à modernidade liberal; mas, ainda sendo moderno, apresenta o direito através do poder estatal (como uma verdade mais profunda, tal qual a relação de poder como sendo amigo-inimigo), e a verdade política para além da norma jurídica. Resta ainda, como exemplo de não juspositivismo, Michel Foucault, que demonstra uma negação do presente (reducionista) a partir de uma visão histórica, mas se prestando à superação do presente ao demonstrar que o verdadeiro poder encontra-se nas relações sociais mais próximas (como um micro poder), reveladas na microfísica do poder. Ainda que sua denúncia permita a construção de uma nova sociedade, não há postulação de horizontes futuros, como na crítica marxista. (MASCARO, 2016, p. 313-315)

Por fim, para a filosofia do direito, considerando a divisão exposta, o marxismo tende a uma compreensão do direito no todo histórico social contemporâneo (portanto, capitalista). Não

³² Mascaró (2016, p. 316) afirma que Habermas poderia ser elencado como um pensador de visões que tendem à ação política crítica; contudo, seu teor reformista (ou seja, não revolucionário) pode ser considerado como "meio tático para a revolução, e não como solução social definitiva", o que faz com que o filósofo seja listado na "ala radical do juspositivismo" e não na "ala conservadora dos críticos".

se vislumbra, por tal prisma, a legitimação do direito (juspositivismo), mas sua realidade concreta na manifestação histórica, buscando entender "vínculos entre Estado, direito e reprodução econômica e social". Ainda assim, esse caminho pode ser visualizado por eixos. Enquanto análise do direito, pode-se vislumbrar a corrente revolucionária – o papel do direito na revolução, cujo debate foi guiado por Lênin e Pachukanis – ou a da estratégia da ação política – na qual Antonio Gramsci é o expoente. Culturalmente, vê-se as ligações entre direito e técnica ou direito e psicanálise, ambas correntes de preocupação fundamental à Escola de Frankfurt (chamada de Escola da Teoria Crítica). Epistemologicamente, pode-se verificar a existência de dois métodos distintos em Lukács – cuja dialética é "instrumento fundamental para a extração das contradições da sociedade contemporânea" – e Althusser – para quem o direito está ligado necessariamente à lógica de reprodução econômica, o que o faz buscar uma teoria de transformação na ruptura da estrutura do capitalismo. Há, ainda, a noção de justiça, cujo alcance não é possível no capitalismo, mas somente com sua superação (superação do presente) e o atingimento do socialismo (porvir) – seu expoente seria Ernst Bloch. Assim, os caminhos apresentam-se como "horizontes específicos quanto à história, à política e ao sentido da própria filosofia". (MASCARO, 2016, p. 316-318)

Tendo por determinados os horizontes possíveis a se seguir na filosofia do direito contemporâneo, é possível alocar a hipermodernidade, com suas minúcias, em um daqueles. Assim, poder-se-á verificar a aplicabilidade da teoria do hiperconsumo dentro da realidade consumista dos brasileiros, o que será feito no capítulo seguinte. De antemão, é possível prever a alocação das teorias da hipermodernidade, com suas características intrínsecas ou imbricações, dentro do juspositivismo ético (pós-analítico). Essa alocação ocorre em razão da existência histórico-temporal³³ da hipermodernidade como evolução "natural" dos tempos modernos, sendo aquela verdadeira realização hiperbólica deste, não podendo, portanto, ir de encontro com o capitalismo (e seus possíveis valores), tampouco estar aquém dele, vez que tal meio de produção (e suas relações sociais) é a essência desse feito histórico. Contudo, o vislumbre da teoria não permite decifrar suas especificidades jurídicas de pronto. Portanto, passa-se a este exercício teórico.

³³ Como inferido na seção 2.1, a hipermodernidade se situa temporalmente com uma distinta importância dada ao presente, ainda que tal importância não seja absoluta, como visto na chamada pós-modernidade. Passado e futuro certamente têm importância, mas a sua relação é sempre com o presente, isto é, o passado dá um caráter afetivo-emocional a coisas que serão vendáveis no presente. Já o futuro hipermoderno é de catástrofe, pois o referencial único é o presente – ou seja, pela reprodução do presente (o volume gasto de recurso, as intransigências dentre os povos, entre outras características) no futuro, vê-se este como uma catástrofe. Portanto, não se pode ter uma ótica reacionária, tampouco é possível vislumbrar um futuro que rompa (em salto qualitativo progressista) com os paradigmas "presentistas" sem transformação social.

3.2 LIPOVETSKY: MORAL X DEVER – O HIPERINDIVIDUALISMO

O que se pretenderá a partir deste momento é extrair uma noção de filosofia do direito nas teorias da hipermodernidade de Lipovetsky. No sentido contrário do que é apresentado na filosofia do direito de Hegel, na qual o direito é apresentado com o todo, o que ora se faz é partir da totalidade daquela teoria, extraindo-se o direito a partir desta. Importa destacar, de início, que a ótica das teorias trabalhadas no capítulo anterior é individual – mormente, dentro do hiperindividualismo –, o que afastará a temática do "justo" e trará consigo a do "ético" e "moral".

O individualismo nas teorias da hipermodernidade não se resume ao hiperindividualismo em si, mas se estende às demais visões (hiperconsumo, hedonismo, pós-dever, pós-moralidade, entre outras), vez que a ótica da teoria é individualista. Não se trata, pois, de ignorar os fatores sociais – fosse assim, não se falaria de reações coletivas quando da medicalização da alimentação, de questões ambientais ou, ainda, de pobreza; contudo, a instância que é responsabilizada pelas soluções dos problemas sociais (política) é, também, vista pela ótica individualista, qual seja, a da existência ou ausência de confiança particular nos políticos ou na política.

A construção do individualismo, para Lipovetsky, é histórica, oriunda da modernidade democrática construída a partir dos séculos XVII e XVIII, pela qual o indivíduo – em igualdade, livre e autônomo – é o fundamento do todo coletivo. Segundo o sociólogo, esse *homo aequalis* tem como sua última figura o neonarcisismo³⁴, em cujo momento a sociedade é capaz de libertar os indivíduos da obrigação imemorable de seguir regras determinadas no passado e que não tinham possibilidade de escolha, discussões ou controvérsias – *règles pré-tracées des rites et traditions définissant, sans choix ni délibération* –, o papel do indivíduo era determinado pelo coletivo. Ao definir o esse narcisismo, Lipovetsky retoma conceitos de Alexis de Tocqueville, como o *homo democraticus* (indivíduos mais fracos e dependentes, que se ocupam das pequenas coisas e da vida privada); Narciso continua essa trajetória tendo uma personalidade voltada para si, sem fortes ideologias, sem fortes convicções, alto estresse, depressão, com uma permanente atenção ao próprio corpo e aos desejos íntimos. Seria uma segunda revolução individualista, sem as limitações da primeira – quais sejam, a educação autoritária, como uma preparação dos teóricos das guerras (que, naquele período, eram disseminadas também pela parte do globo que hoje é globalizada), além das ideologias existentes. Ainda que não seja uma aniquilação

³⁴ Faz-se não somente o paralelo, mas a equivalência deste termo – anterior à escrita de A Felicidade Paradoxal – com o Narciso apresentado enquanto arquétipo na seção 2.3.

completa do senso de coletividade, há uma desmobilização ou desestabilização emocional, sem engajamento ou grande projeto. Não há lutas de vida ou morte, mesmo que as lutas sociais não tenham desaparecido, pois, como sustenta o sociólogo francês, mesmo as disputas pelo bem da coletividade têm o interesse coletivo como superficial, e sua real importância é deslocada ao Ego, estando as verdadeiras preocupações na vida emocional de cada um. (LIPOVETSKY e VIGARELLLO, 1984, p. 69-70)

É, portanto, pela soma do individualismo com a hipermodernidade³⁵ que Lipovetsky (2005b, p. 1-3) apresenta seu debate sobre a ética nos tempos atuais – a ausência da obrigação imemorable. Através de breve historicidade, mostra-se a transição da sociedade europeia (ou no "ocidente cristão") do dever ao pós-dever. A sociedade da Antiguidade tinha uma moral fixada em Deus, os primeiros deveres eram aqueles relacionados à religião (formal), somente depois havia alguma importância no dever para com os homens. Os modernos, por sua vez, rejeitam a subordinação da moral à religião, buscando (ainda que teoricamente) uma vida jurídico-política autossuficiente. A moral, então, emancipa-se da Igreja e das crenças religiosas, sustentando-se no entendimento humano-racional – um verdadeiro "processo de secularização da ética". A racionalidade não era algo totalmente inovador, mas a especificidade da modernidade foi a adoção de valores estritamente laicos, cuja iniciativa era de "organizar uma estrutura social e política com base em princípios éticos não vinculados a confissões religiosas" (LIPOVETSKY 2005b, p. 1-3), uma ética laica universalista tida como padrão moral e fundamento dos tempos democráticos.

São trazidas, assim, ideias de soberania individual e igualdade civil, princípios básicos inquestionáveis, imperativos imutáveis da razão moral e do direito natural (não podendo ser ab-rogados por lei positiva). Trata-se de novos valores absolutos fixados no indivíduo humano. O indivíduo é elevado à condição de primeiro e último valor moral. "Não são mais as obrigações em relação ao legislador divino que fundamentam o organismo social e político, mas os direitos inalienáveis dos indivíduos" (LIPOVETSKY 2005b, p. 1-3). Esses direitos eram necessariamente individuais, subjetivos, sendo que sua efetividade máxima em relação a terceiros era fundamentada na forma de obrigações a serem respeitadas. Afirma-se:

No sulco aberto pela consagração dos direitos subjetivos, e paralelamente à liberdade e à igualdade, assegura-se a felicidade como direito natural do homem, a diretriz central da cultura individualista. [...] [O] ideal epicurista se

³⁵ À época do escrito original de *A sociedade pós-moralista*, Lipovetsky não havia alcunhado (ao menos formalmente) as terminologias "hipermoderno" ou "hipermodernidade" – conforme seus sentidos próprios. Assim, ainda que, nos trechos destacados desta obra, trate-se de uma "pós-modernidade", o termo seria equivalente à "hipermodernidade".

apregoa claramente. Após séculos de desdém ascético, e uma vez liberto do estigma cristão da natureza humana decaída, o prazer deixou de ser visto sob o signo da miséria humana. Em outros termos, a moral profana sobrepujou-se às leis morais da salvação eterna. [...] Tanto na esfera política como na moral ou na econômica, por toda parte os direitos soberanos do indivíduo ficaram em posição de destaque: direitos do homem, direito aos prazeres, direito a buscar livremente os interesses pessoais [...] (LIPOVETSKY, 2005b, p. 3-4)

Entretanto, a ideologia dos direitos individuais não sobrevém de pronto com a modernidade. Até o final do que foi, aqui, chamada de Fase I da hipermodernidade (portanto, meados do século XX), prevaleceu a exaltação do dever – uma fé (crença quase confessional) nas obrigações morais do homem e do cidadão, como uma verdadeira religião (revelada pela razão). Houve uma sujeição do indivíduo soberano ao incondicional dever – segundo Lipovetsky (2005b, p. 4-5), Rousseau é o inspirador dessa corrente, sendo Kant o apogeu³⁶. Ao afastar a lógica do dever pela religião, o pensamento moderno, ao invés de retrainir o conceito, ampliou o sentido de dever, o qual seria uma autoafirmação. Em razão de tal pensamento, sucedeu-se uma hierarquização de prioridades, o que fez com que o individualismo moralista (dever para consigo e para com todos os outros) suplantasse o individualismo possessivo (o que é visto nas sociedades de consumo de massa e do hiperconsumo – dever para somente consigo). Inaugura-se já no século XVIII (com Rousseau) um pensamento de política no qual se haveria de sacrificar os interesses pessoais à vontade geral; o que é, em certa medida, levado a cabo pelos jacobinos quando da revolução que fez triunfar uma moral republicana sobre interesses individuais. Lipovetsky (2005b, p. 6) entende que "[p]ara combater a imoralidade e a indisciplina dos costumes individualistas, os modernos sacralizaram a escola do dever moral e cívico".

Essa visão da moral é, contudo, posta em xeque pelos filósofos posteriores à modernidade (após Kant e Hegel), tendo em vista que esse conceito – como dever absoluto – poderia servir para ações e atuações positivas pelos que verdadeiramente acreditavam nessa

³⁶ Interessa apontar a construção do dever para Kant (2007, p. 21-30) na primeira seção de sua *Fundamentação da Metafísica dos Costumes*, obra em que é sustentada a ideia da ação pelo dever e conforme o dever. A atuação conforme o dever pode ser feita de três maneiras: pela vontade, pelo hábito e contra a vontade. Segundo o filósofo alemão, uma pessoa pode agir sem racionalizar sua ação e tender (pelo hábito e por suas características pessoais) a fazer coisas boas (conforme o dever); ou seja, não houve qualquer intenção (vontade) em agir conforme o dever (ainda que assim tenha feito) nem contra o dever, portanto, não se pode falar em ação pelo dever. Da mesma forma, alguém pode se deparar com uma situação que lhe permita mais de uma ação (contra o dever e conforme o dever) e, racionalizando sobre aquela situação, nota que sua vontade não é outra, senão agir conforme o dever; não havendo qualquer intenção inicial em agir contra o dever, essa ação foi meramente conforme o dever. Contudo, se, ao se deparar com a mesma situação, alguém tem por vontade agir contra o dever (para obter uma vantagem, por exemplo), mas – após atingir a razão e compreender qual é a ação conforme o dever – vai de encontro com a própria vontade, unicamente porque tem a intenção de agir conforme o dever (porque é dever), somente aí agiu-se pelo dever.

visão, de certo modo romantizada, do dever moderno (idealismo), bem como poderia servir para consecução de interesses escusos com um discurso cuja aparência se baseia no dever absoluto, mas por pessoas que dele não somente descreem como usufruem negativamente (utilitarismo). Com o tempo, vê-se a formação de pensadores que idolatravam o imperativo moral, enquanto outros negavam radicalmente sua legitimidade. Essa visão idealista da moral, formulada como um ideal ético abstrato, pode ser denunciada como farsa. Na verdade, ela segue as tendências das teorias filosófico-econômicas da época. O resultado histórico foi a emancipação dos indivíduos face a regras coercitivas que se apresentavam meramente como deveres. (LIPOVETSKY, 2005b, p. 6-8)

Contudo, mesmo após sofrer tamanha crítica, tal emancipação foi de grande importância histórica, vez que entender a possibilidade da existência de uma virtude sem a religião permitiria que os indivíduos não fossem vistos como predestinados, superiores ou inferiores a outros por eleição divina, restando encarar a realidade por si só como uma igualdade por princípio (isto é, se afastadas questões histórico-sociais). A moral, porém, carrega consigo a sua origem (dever na religião e para Deus), não podendo existir de forma independente, ou seja, sem a sobreposição das obrigações éticas para suprir o aparente fim das raízes religiosas. Ainda assim, a superação da importância da ética sobre a religião³⁷ representa grande ruptura na lógica tradicional. Desvincula-se dos dogmas cristãos, em favor da supremacia dos valores éticos, em uma soberania do dever especificamente ético, o que demonstra uma inversão histórica de prioridades. Tal inversão da visão dos modernos³⁸, garantindo o advento da era individualista, propiciou que a procura da felicidade (particular) fosse a razão de existência do indivíduo, como uma lei natural cuja direção é dada pelo seguimento da moral. Há, então, uma divisão entre os conceitos de dever e felicidade – em um raciocínio inferencial breve, se um (dever) é o caminho e o outro (felicidade) é a chegada deste caminho (à qual se está sempre buscando), ambos os conceitos não podem ser o mesmo (não se pode ser trajeto e final simultaneamente). O dever (a moralidade) exige, para os modernos, uma abnegação de si, um sacrifício integral e obediência incondicional, desinteressada aos imperativos. Isso faz somente ressaltar o caráter religioso desse dever laico (em razão de suas raízes). (LIPOVETSKY, 2005b, p. 10-14)

³⁷ Tal superação, pode-se dizer, foi inserta nas sociedades modernas e passou (após a acomodação deste novo conhecimento) a ser visto como um fato natural no século XXI. Isso é afirmado pois, em 2014, o Papa Francisco (maior representante de uma das maiores religiões existentes) demonstra saber que os indivíduos tendem a relevar a existência ou prática de uma fé confessional – aqui, é questionável se a prática poderia existir de modo vazio ou parcial, contudo, tal questão não será aprofundada –, mas consideram o (bom ou mau) caráter de um indivíduo pela eticidade de suas práticas.

³⁸ Lipovetsky (2005b, p. 13-14) indica que os filósofos utilitaristas viam uma conciliação da felicidade com a virtude, "amor de si e amor ao bem público, por que o interesse de cada um passou a ser tido como um valor de ordem moral".

O dever desdobra-se, após os modernos, para o quotidiano – muito além das trincheiras da política, da filosofia ou do direito –, existindo em uma forma específica e limitando diversos campos sociais (sexualidade, criação dos filhos, cuidado e relação com os pais, entre muitos outros). Como comprovação da forma visceral (ou imbricada) de relação que o conceito de dever tem com a religião, é notório que se fez uma verdadeira perseguição às formas marginais de sexualidade (ou outras práticas consideradas repulsivas), vez que a sexualidade em si era associada ao dever e não unicamente ao prazer. A autonomia da moral em face à religião seria, portanto, restrita às teorias (e, talvez, aos grupos sociais dos teóricos, mas, certamente, não às massas). Ainda que houvesse normas e leis rígidas (corroborando o dever atinente à sociedade da época), as transformações culturais – incluindo as que abalaram a própria sexualidade – tiveram grande importância social, conferindo uma mudança de mentalidade. (LIPOVETSKY, 2005b, p. 16-19)

A era inaugural das democracias industriais caracterizou-se, de um lado, por uma estratégia sistemática de normalização disciplinar das formas de comportamento das massas, veiculando terminantemente certos deveres para a obtenção de uma célula familiar asseada, ordenada e comedida. De outro, sem dúvida, a revolução dos direitos individualistas deu impulso à sua própria obra [...]. (LIPOVETSKY, 2005b, p. 19)

Por tal razão, afirma o teórico, os direitos à liberdade em uma vida privada são restringidos pelos deveres familiares, ao mesmo tempo que a educação familiar – na primeira metade do século XX – era pensada de maneira rígida em disciplina. Ainda que os direitos individuais fossem tão aclamados na época, havia forte aversão, mesmo em pensamento, ao espírito individualista, tidos como perigo de gozo e anarquia. "A afirmação da soberania individual e o reconhecimento do direito à felicidade caminham lado a lado com a exaltação da prioridade dos deveres em relação à coletividade" (LIPOVETSKY, 2005b, p. 21). Há, também nessa época, um caminho inverso, no qual o individualismo não confronta a moralidade, mas a reforça. Os deveres laicos são relacionados a trabalho, ordem, poupança e temperança, tudo de modo a atingir o progresso individual; quando ocorre um desvio, a filantropia poderá (de forma individualizada e individualizante) aparecer como ação reformadora da moral, como uma verdadeira "evangelização laicizada" (LIPOVETSKY 2005b, p. 24).

Na Fase II da hipermodernidade – portanto, a partir da metade do século XX –, supera-se o dever moral irreduzível, gerando-se, como "mecanismo social de avaliação dos critérios morais", o que Lipovetsky (2005b, p. 25-26) chama de "culto do dever". Combinou-se o dever com o prazer, não mais se mostrando o dever como submissão incondicional da vontade

individual à lei – em verdade, o que se extinguiu foram as "irrecusáveis injunções da moral", e, sem o dever como sacrifício, atinge-se o período pós-moralista das democracias.

É interessante que, ao tratar desse tema no título *A sociedade pós-moralista*, portanto, antes de teorizar a hipermodernidade, Lipovetsky (2005b, p. 26) faz clara distinção do que seria a Fase II ao que seria a Fase III da hipermodernidade, inserindo, inclusive, o período pós-moderno (como mostrado na seção 2.1) como um intervalo entre ambas as fases. Para o sociólogo francês, essa transição em relação à ética é feita da seguinte forma: nas sociedades de consumo de massa, a preocupação e o discurso pela ética são espraiados por diversos meios, num caráter pós-moralista; segue-se que há um período (pós-modernidade) de um discurso popular contestatório e contra a moral; por fim, a ética retorna aos discursos sociais democráticos na sociedade de hiperconsumo. Entretanto, não há um retorno à religião laica do dever, ainda que se possa definir tal curso como um retorno da moral. A ética difundida não tem em si a ideia de irredutibilidade como o dever tinha, pois não se trata de uma renúncia do Eu em favor do coletivo; buscam-se regulações no lugar de imposições. Como aduz Lipovetsky (2005b, p. 26):

Para além da suposta retomada dos padrões éticos, a erosão da cultura do dever absoluto equivale a uma irresistível marcha em prol dos valores individualistas e eudemonistas. [...] São os direitos subjetivos, a qualidade de vida e a realização individual que impulsionam em larga escala a nossa cultura, e não mais o imperativo hiperbólico da virtude.

Destarte, para a sociedade pós-moralista, o dever é debilitado, sendo inexigível o sacrifício pessoal ou o devotamento, estando os direitos subjetivos acima dos deveres mandamentais. Essa sociedade é a do pós-dever³⁹, vez que o mal pode se tornar espetáculo e o ideal é relegado a segunda categoria; não se fala, contudo, em heroísmo, mesmo os vícios (de maneira geral) sendo censuráveis. Defender-se-á, portanto, um direito (positivado ou não) que proteja direitos individuais, ainda que com um dever calculista que somente delineie limites justos (regulamente), demonstrando um verdadeiro minimalismo ético. Todavia, esse minimalismo permanece, de certo modo, aparecendo como proibição, o que se faz por admitir determinados valores, entendendo que a coletividade espera por ordem e moderação. Como apontado pela forma paradoxal de se construir a hipermodernidade⁴⁰, a mesma sociedade que é

³⁹ Não se pode, porém, confundir a sociedade pós-moralista (do pós-dever) com uma sociedade da pós-moral – a moral existe em mesmo grau de importância, mas se tornou indolor, pois não há sacrifício ou necessidade premente.

⁴⁰ Alcinhado como hiperconsumo estrutural ou hiperconsumo de catástrofe neste trabalho.

hedonista almeja a regulamentação. A sociedade, assim, se põe como um conjunto de "átomos sociais livres e diversificado", sendo o neoindividualismo (ou hiperindividualismo) uma "desordem organizada". (LIPOVETSKY, 2005b, p. 27-29)

Para Lipovetsky (2005a, p. 65-75), os valores admitidos como um mínimo para o controle e a ordem não são aleatórios nem tampouco variáveis. Eles são o que se entenderia por valores democráticos individualistas, sendo estes a liberdade, a igualdade e a revolução (no sentido de revolução democrática, e não como ruptura da ordem estrutural do capitalismo). Essa revolução de essência democrática é relativa ao "indivíduo livre e autossuficiente"; admite-se, contudo, uma ideologia do indivíduo, a qual torna ilegítima uma soberania política que não tenha origem humana (p.e., divina) – seria representação de indivíduos livres e iguais. A igualdade é a medida referencial para a dignidade na democracia moderna e hipermoderna – o indivíduo (igual e distinto de cada outro) torna-se o absoluto, o sagrado. Trata-se de uma "inversão da relação do indivíduo com o conjunto social em proveito do ser individual, apreendido como livre e semelhante aos demais". A soberania do indivíduo seria tamanha a ponto de poder dispor livremente de si, uma revolução individualista na qual o Eu (ser individual) é o fim último. Entretanto, essa lógica social ainda encara o que é distinto como antinômico – ou seja, ainda que existam diversas possibilidades do Eu, as versões individuais que não admitem os valores ditos democráticos são anomias. As sociedades democráticas, "liberadas da submissão aos deuses, das hierarquias hereditárias e do domínio da tradição", que teriam sido forjadas num "vasto processo secular", têm suas bases na "vontade dos homens [de serem] reconhecidos como iguais", em sua auto-invenção "por completo e de acordo com a razão humana"⁴¹, olvidando-se de uma "herança do passado coletivo", criando um direito livre de se guiar sem exterioridade.

É mister destacar a utilização do termo "indivíduo" – de uso intencional neste trabalho, por referência às teorias trazidas por Lipovetsky. Ressalta-se, então, a importância da terminologia. Ao longo deste trabalho – exceto em casos nos quais os teóricos citados utilizam nomenclatura própria e diversa – utilizou-se "indivíduo" ao invés de "homem", "humano", "ser", "pessoa" ou "sujeito". Tal feito não se faz sem razão. Abre-se, pois, esta seção justificando brevemente a não utilização dos diversos termos e a preferência por aquele elegido. Pensa-se que a denominação "homem" – utilizada em diversos documentos históricos, por vezes intencionalmente – exclui, de pronto, qualquer indivíduo que não seja identificado como homem (portanto: adulto, não-mulher). "Humano" dá um caráter mais preciso que "homem"

⁴¹ Aparenta, portanto, ser um processo histórico que anula suas próprias consequências histórico-sociais.

quanto à identificação particular de cada um, mas confere um tom genérico que não se conjuga com a referência hiperindividualista das teorias aqui trabalhadas. Certamente, "ser" possui uma carga filosófica tamanha – seja na separação de ser e ente, seja na completude existencial ou em outra abordagem – que competiria na elaboração de outro(s) trabalho(s) específico(s).

"Pessoa" ganha uma carga jurídica específica, cuja aplicação foi afastada. Especificamente para o direito brasileiro, a compreensão de pessoa remete aos conceitos do direito civil – que remontam a personalidade, diferenciando-se entre pessoa natural e pessoa jurídica. Certamente, o termo personalidade poderia ser melhor desenvolvido para captar um sentido de personalidade humana, que em muito tenderia à congruência com o sentido de indivíduo aqui pretendido (ROBL FILHO, 2010, p. 124-35), diferenciando-se por completo da personalidade jurídica (isto é, a do direito civil). Essa personalidade humana relaciona-se diretamente com "Pessoa Humana" que, ainda que seja o termo que mais corretamente se aproxima de "indivíduo", destoa o sentido específico deste por aquele trazer consigo conceitos próprios e amplos dos Direitos Humanos – trazendo, tal qual "humano" (mas em menor proporção) um caráter de reconhecimento genérico que pode afastar a noção real do hiperindividualismo.

Por fim, aponta-se que "sujeito" é um termo que remete diretamente a "sujeito de direito" – o qual se identifica com pessoa no sentido do direito civil, de personalidade (PIERSON, 2007, p. 37-38), vez que tal termo é referente ao direito que o sujeito tem de poder realizar atos jurídicos e negociais em nome próprio. Como ensina Pachukanis (2017, p. 81-83), ainda que o conceito científico de direito seja uma abstração, sua definição real não se dá como elemento de pensamento, mas conforme e enquanto significado dentro da história ("em *pendant* à história do conceito"); nesse contexto, o produto do trabalho (inerente à atividade humana) passa de fenômeno natural para fenômeno social. O sentido, portanto, de sujeito de direito é fruto de um sistema específico de relações, cujas condições de produção compelem à aceitação em detrimento de um livre consentimento (de ingresso nesse sistema). É, assim, sujeito de direito a alteração forçada do homem para que, em razão de necessidade, possa transformar seu produto natural (trabalho) em mercadoria dotada de valor – ou seja, para que possa contratar livremente, dando continuidade às condições de produção do sistema no qual está inserido, é que o homem é tido como sujeito de direito.

Destarte, opta-se por "indivíduo". Essa terminologia abrange mais que o universo jurídico, espraiando-se para o entendimento da consciência (através da psicologia ou da psicanálise), o que permite a identificação única, exclusiva e inconfundível de cada um. Demonstrou-se que a construção histórica é o que determina esse indivíduo como sujeito de

direito (ou pessoa) dentro da modernidade consumada (sociedade capitalista) em seu sentido jurídico; essa construção histórica também determina o entendimento sobre si (sobre o Eu ou o Ego). Conforme explica Lia Pierson (2007, p. 43) "a realidade constrói o pensamento", sendo a compreensão de si (do indivíduo) forjada conforme a realidade experienciada, a qual, dentro do capitalismo artista – como se nota nas passagens das Fases I, II e III –, possui determinações e possibilidades demasiadamente variadas. Isso permite a criação de identificações próprias (de si), produzindo (forjando) um entendimento próprio de individualização – um indivíduo que é único e, portanto, tem para si ideias mais intensificadas de direitos subjetivos individuais que são exigidos na prática, o qual se preocupa, cada vez mais, somente consigo, não se vendo como responsável por questões sociais.

Ao traduzir o retorno dessa visão ao universo jurídico, depara-se com o que Pachukanis (2017, p. 84-85) apresenta como escola psicológica do direito, *in verbis*:

A escola psicológica do direito pode ser comparada à escola psicológica da economia política. E tanto uma quanto outra buscam transpor o objeto de análise para a esfera dos estados subjetivos da consciência ("avaliação", "emoção imperativo-atributiva"), sem ver que as categorias correspondentes representam, com regularidade, a estrutura lógica das relações sociais, que se esconde atrás dos indivíduos e transgride a consciência individual.

Para esse indivíduo – que não se nota como produto do meio (da realidade) no qual está inserido –, qualquer determinação que limite sua individualidade (ou individualização) é vista como ofensa à liberdade individual. Na hipermodernidade, pela existência de uma moral indolor, as questões particulares não somente superam as públicas ou sociais em importância, mas aquelas fazem com que estas devam ser atendidas somente caso não as confrontem⁴². O que destoa dos valores democráticos – tidos como base, cujos fundamentos (alicerce, sustentação) são a liberdade e a igualdade – é, para a hipermodernidade, anomia. A existência de uma anomia traz consigo a existência de uma norma (ou normatividade) em si.

Essa norma, no âmbito jurídico, é-nos dada com uma forma geral e abstrata (portanto, independente da situação ou do indivíduo), racional, unívoca e imediatamente aplicável. Entretanto, há uma submissão progressiva da norma pelos novos usos que a sociedade lhe dá, fazendo com que a norma como elaborada previamente não seja o correto paradigma

⁴² Destoa-se, aqui, da visão de que essa teoria faria emergir o discurso político e social sobre a responsabilidade individual, conforme afirma Bernheim (2011, p. 464). Essa responsabilidade individual seria exigível (portanto, seria responsabilidade) no seu âmbito particular, até onde se pudesse apontar a responsabilização de determinado indivíduo, relegando assuntos demasiadamente sociais (como fome e pobreza) ao Estado, cuja individualização é pulverizada nos órgãos administrativos e representativos.

explicativo da vida jurídica atual – haveria uma submissão da norma jurídica pela norma social. O que Lipovetsky demonstra, então, é, através da adequação da norma jurídica à compreensão própria da sociedade hipermoderna, a radicalização do princípio da igualdade – mormente, de liberdade igualitária e autonomia quase absoluta da vontade – que conduz à liberalização da democracia sob a forma do processo de individualização. O direito, assim, sofre uma implosão estrutural de sua experiência supostamente comunal; a subjetivação jurídica não viria mais de um interesse comum (contrato social), mas a regra jurídica teria um valor de mera proteção (*rempart*) contra um direito equivalente d'outrem, um direito-crédito (*droit-crédance*) a exigir seu valor. É isso que faria com que a visão hipermoderna do direito seja o direito subjetivo (individual) – o imperativo categórico de ser "si mesmo" (*être "soi-même"*). (KLIMIS e VAN EYNDE, 2002, p. 301-302)

A visão de Lipovetsky é tida como neo-tocquevilliana, ainda que em referência a um individualismo despolitizado – ou, em si, uma despolitização (HEWLETT, 2003, p. 125). Há de se destacar, no entanto, que o excesso do individualismo (o hiperindividualismo) não é para Lipovetsky um problema. Tocqueville via nisso uma possibilidade para o conformismo do indivíduo ante o poder democrático (poder social; poder comum), o que poderia colocar aquele como refém e dependente deste. Já o que aparece nas ideias de Lipovetsky é uma redução da modernidade, um retorno ao si (mesmo), no qual o incentivo ao desejo de pensar e agir por si (mesmo contra o juízo arbitrário do pensamento alheio) ressalta um senso de independência que não destoa do senso de comunidade (AUDIER, 2004, p. 294-295). É necessário então verificar, ainda que brevemente, as origens dos valores de Lipovetsky, mormente ao que se poderia entender por revolução democrática.

Tocqueville, ao tratar sobre democracia, analisa uma espécie peculiar – qual seja, a democracia estadunidense da primeira metade do século XIX. Contudo, ao contrário da despolitização do indivíduo apresentada no individualismo retratado por Lipovetsky, o excesso de individualismo, para Tocqueville (1998, p. 284), constituía um prejuízo, um egoísmo estrito, a saber:

Em certos países, o habitante só aceita com uma espécie de repugnância os direitos políticos que a lei lhe concede; parece-lhe que é lhe roubar o tempo fazerem-no ocupar-se dos interesses comuns, ele gosta de se fechar num egoísmo estreito, cujo limite exato é formado por quatro valas encimadas por uma cerca viva.

Ao contrário, se o americano fosse reduzido a só cuidar de seus próprios assuntos, a metade de sua existência lhe seria furtada; ele sentiria como que um imenso vazio em seus dias e se tornaria incrivelmente infeliz.

Também como distinção, Tocqueville parte de uma visão da política estadunidense da época para, nela, verificar como se portam os indivíduos – daí que, por partir da política para o indivíduo e não iniciar sua trajetória por este, não haveria de se trazer uma visão despolitizada do individualismo. A grande semelhança é que, para ambos, a democracia⁴³ consiste na exteriorização de um princípio basilar (seja como início ou como fim): a liberdade.

Sempre em comparação com a Europa, Tocqueville enaltece a democracia estadunidense, cuja análise inicia pelo sistema comunal (TOCQUEVILLE, 1998, p. 70-75), ressaltando que é nessa menor célula de poder público que se encontra a verdadeira representatividade, pela maior participação direta do povo, importando – para a vida e liberdade de cada cidadão – mais o que é feito pela comuna que o que é feito pela União. Nesse pequeno espaço de poder estaria uma verdadeira liberdade, tanta que arriscaria a própria formação das instituições de poder. Tocqueville (1998, p. 229-262) afirma que quanto mais antigo o exercício da democracia numa região, mais organizado o sistema se parece, vez que os costumes é que solidificam as características; porém, se tais costumes não forem inseridos nas leis, dificilmente as características hão de se consolidar. Assegura-se, todavia, que as leis que não sejam boas para o todo coletivo não prosperem e sejam rapidamente removidas. Ressalta-se, para verdadeira consolidação das "Luzes" como um todo nesse sistema, que haja um grau de instrução que permita aos indivíduos reconhecer a qualidade de cada uma das leis – saber identificar as que são boas e que serão, portanto, mantidas –, sendo a educação um outro grande princípio para a democracia.

Ao comparar a democracia com a aristocracia, Tocqueville aduz que os detentores de algum poder político – que seja o de eleger representantes – são menos educados formalmente naquela que nesta última. Ainda que seja essa característica que retire do Estado democrático a capacidade de rumar em uma direção indistinta (em relação a objetivos e planejamentos) pelo mesmo longo tempo que um Estado despótico, nem por isso o rumo traçado pela democracia é pior, pois ao longo do tempo – arraigando-se os costumes – aquela nação que optou pela democracia terá sido mais dinâmica e próspera, além de não depender unicamente de uma parcela da população. Tocqueville (1998, p. 283), então, afirma que "[nas democracias] não é mais uma porção do povo que empreende melhorar o estado da sociedade; o povo inteiro encarrega-se disso"⁴⁴.

⁴³ Importa dizer que o que para Lipovetsky é essencialmente democrático – leia-se, o que se propaga ao maior número de pessoas possíveis, mormente o que antes era restrito a um ou alguns grupos de pessoas – pode ser lido como vulgarização para Tocqueville.

⁴⁴ Há ainda que se fazer uma ressalva. Neste ponto, a visão relativa à democracia – ou de seus benefícios – para Tocqueville assemelha-se às mazelas da democracia grega.

Ainda que Tocqueville (1998, p. 419) demonstre ser inteiramente contrário à escravidão – no caso, tratava-se da escravização de povos negros (africanos ou estadunidenses) –, ele não hesita ao afirmar que a vontade, naquela democracia escravocrata, era do "povo inteiro". O sistema político vigente, na época e no local das análises feitas pelo teórico francês, era inovador aos olhos do que ocorria na Europa; o francês afirma, ainda, que em nada (no longo prazo) as consequências desse sistema inovador rumavam contra a vontade da maioria, cuja soberania encontrava-se no povo, sendo que a premissa para tais bons costumes (e tal liberdade) era a justiça. "Assim, quando me recuso a obedecer a uma lei injusta, não nego à maioria o direito de comandar; apenas, em lugar de apelar para a soberania do povo, apelo para a soberania do gênero humano."⁴⁵ ⁴⁶ (TOCQUEVILLE, 1998, p. 294). Como afirmou Tocqueville, um povo com uma ideia de liberdade tão forte não poderia conviver muito tempo mais com a escravização humana como ocorria; contudo, há de se questionar a veracidade dessa liberdade, tendo como contraponto a formulação e constituição dela quando em tempo de tamanho horror.

Para Tocqueville (1997, p. 160), a liberdade não era somente um fim da democracia. Ao contrário, a democracia é que seria um dos meios (e talvez o único meio político possível para uma grande quantidade de gente, segundo o teórico) para o atingimento daquela, pois "[q]uem procura na liberdade outra coisa que ela própria foi feito para a servidão". Não se esconde, contudo, o pensamento de que as razões pela busca da liberdade democrática diferenciam o apreço que se tem pela própria liberdade⁴⁷; há, para o francês, distinção entre o ódio ao "dono"

⁴⁵ Ao conceituar a tirania da maioria, Tocqueville expõe que todas as instituições democráticas tendem à maioria: o parlamento, por ser eleito pela maioria, tenderá à vontade da maioria, ainda que seus intentos sejam distintos; o executivo tenderá a não desejar desagradar o povo; a magistratura, por ser também eleita e ter uma aproximação maior com o povo (no caso dos condados e comunas) tenderá a ter a mesma mentalidade. Sabendo que, onde existe uma maioria, existirá também uma minoria, certo é que essa minoria não pode ser refém da vontade dessa maioria sempre e em todos os casos, e por isso a justiça (ou o justo) é o parâmetro para se cumprir ou descumprir as leis. Faz-se, inclusive, analogia com indivíduos, como se a maioria fosse um indivíduo maior e mais forte, e a minoria um indivíduo mais fraco, o qual não pode ficar à mercê daquele (sob pena de existir uma verdadeira servidão), mas ser protegido – se não por aquele, pelas instituições ao qual pertencem. Daí a importância de se ter um sistema de controle da força da maioria, para que esta não se torne uma tirania.

⁴⁶ Grande parte da obra de Tocqueville é destinada a indicar a existência de um espírito do povo estadunidense voltado à democracia e à liberdade – juntando-se aos costumes, esse espírito é uma das motivações pelas quais o povo negro estadunidense não viveria muito mais tempo sob o jugo da escravização, seja libertando-se por si, ou pelos seus ditos senhores, em ambos os casos com grande ruptura na aparente tranquilidade. Aqui, o que importa ressaltar, contudo, é que tal espírito, para Tocqueville, é inerente ao povo estadunidense, não ao "gênero humano". Tanto é assim que o autor diz o oposto a respeito de outros povos, como é o caso da América Latina hispânica, a qual seria dada ao despotismo; por tal razão, o século XIX até aquele momento, para esse povo, teria sido de revoluções inacabadas, cujo destino seria incerto e a instabilidade (senão pela via despótica, como meio – vez que "despotismo" e "bem" são inconciliáveis para o francês) improvável (TOCQUEVILLE, 1998, p. 263, 359-360, 419).

⁴⁷ A depender da motivação pela qual se busca a liberdade democrática, torna-se mais fácil abrir mão dela com a mudança de circunstâncias ou contextos.

(numa aristocracia corrompida) e um verdadeiro sentimento de amor à liberdade, vez que esse não era refém de desejos transitórios. Tampouco pode a liberdade ser almejada por um desejo de posse de bens materiais, vez que o despotismo pode também garantir a existência desses – e a liberdade não garante que o indivíduo saberá reter a riqueza material. Eis porque a liberdade (mormente, a liberdade política) deve ser desejada por si só: "[...] é o prazer de poder falar, agir, respirar sem constrangimento" (TOCQUEVILLE 1997, p. 160).

A liberdade política, então, garantiria a liberdade individual – por isso a relevância da democracia, para Tocqueville, e dos princípios democráticos, para Lipovetsky. Contudo, a possibilidade da existência da restrição de liberdade de diversos povos – incluindo estadunidenses escravizados – em concomitância com a liberdade de outros, sem que isso altere em qualquer instância a importância da liberdade enquanto ideal, denota que a liberdade pressupõe (em mesmo grau de importância) a igualdade.

Entretanto, para Tocqueville (1997, p. 105-7), a igualdade não era a estrita semelhança entre os indivíduos. Para ele, num sistema estamental como o antigo regime, somente a liberdade política permitiria a criação de laços de dependência – por isso "nem sempre [...] igual a todos" – e relações mútuas, ainda que sem a existência de um espírito comum ou costumes iguais; de outro modo, um governo "de um só" teria o poder de, com o decorrer do tempo, tornar os indivíduos semelhantes e indiferentes quanto ao seu destino. Essas conclusões derivam de análise feita pela perda de poder e riqueza na nobreza francesa ao final do antigo regime, o que igualou esta, em certa medida, com parte dos plebeus, a saber, a burguesia. A semelhança entre burgueses e nobres ocorrida na França do século XVIII também ressaltou, para Tocqueville (1997, p. 116), um individualismo coletivo, pois grupos que, no auge do antigo regime, somente tinham em comum ofícios ou interesses – e, quando não buscavam tais interesses, tinham como vontade o bem comum a todos os demais grupos e membros do povo –, passaram a se preocupar apenas com o que lhes dizia respeito em particular. A vida pública era cuidada pelos mandatários. Esse individualismo, contudo, não se identifica com aquele das sociedades capitalistas, ainda que em seu início.

Nossos pais não possuíam a palavra *individualismo*, que inventamos para nosso uso porque no tempo deles não havia nenhum indivíduo que não pertencesse a um grupo e que pudesse considerar-se absolutamente só. Porém, cada um dos milhares de grupinhos compondo a sociedade francesa só pensava em si próprio. Era, se assim posso exprimir-me, uma espécie de individualismo coletivo, que preparava as almas para o verdadeiro individualismo que conhecemos. (TOCQUEVILLE, 1997, p. 116) (destaque do original)

O individualismo, para Tocqueville, portanto, mostra duas faces: ao mesmo tempo, é uma qualidade que dá poder ao povo e pode gerar uma sociedade verdadeiramente democrática e livre, e também um risco, por tender a guiar as sociedades modernas a uma crescente apatia política. É então enfatizando a importância da participação política de cada indivíduo que Tocqueville ressalta a importância dos direitos individuais, distinguindo-se dos seus contemporâneos e demais liberais do século XIX (HEWETT, 2003, p. 124-125). Tal qual a construção da ideia de uma possível tirania da maioria – em que a maioria pode ser tida como um indivíduo forte, e a minoria um indivíduo fraco –, haveria um verdadeiro desequilíbrio entre indivíduos se o individualismo não fosse utilizado para agir politicamente (portanto, através de um regime democrático) para exigir a existência de igualdade (de tratamentos e, quiçá, oportunidades através da educação), garantindo, somente assim, liberdade.

Os valores éticos da sociedade pós-moralista devem, então, ser vistos sempre com essas delimitações – ou seja, dentro de uma visão própria do que é liberdade, igualdade⁴⁸, democracia e individualismo. O individualismo, por sua vez, como visto, teve uma mudança radical em relação a esta inspiração de valores, surgindo em outra origem para a teoria de Lipovetsky. Ao analisar a sociedade do pós-dever, Lipovetsky (2005b, p. 29-30) afirma que o bem-estar consumista traz a guinada ao fim da ideologia do dever; é a lógica do consumo que altera as prescrições moralizadoras e extingue imperativos coativos, iniciando uma "cultura em que a felicidade se sobrepõe à ordem moral, os prazeres à proibição, a fascinação ao dever". Os ideais coletivos foram, então, substituídos pelo "sonho da felicidade pessoal", e o bem-estar permanentemente estimulado era essencialmente individual. O ideal consumista não foi responsável isolado pelo final do ideal de dever, o qual foi, segundo o sociólogo francês, alvo de pensamentos filosóficos em Marx, Freud, Nietzsche e em estruturalistas. Contudo, para a maioria da população, a comoção social era amparada e atingida não por ideias filosóficas, mas por um aumento no consumo, o que legitimava anseios de realização individual. Esse processo histórico de deslegitimação do dever, contudo, é um avanço que continua, mesmo que um referencial ético seja retomado entre os anos de 1980 e 1990.

Por maior que seja a importância individual (mesmo no ideário de um individualismo coletivo) dada aos atos caritativos ou humanitários, o que é estimulado é o prazer individual

⁴⁸ Lipovetsky ressalta que essa igualdade pode ser, convenientemente, relativizada em certos momentos: "Embora as sociedades democráticas estivessem assentadas na ideia de uma igualdade civil, até um período recente a moral sexual manteve-se segundo uma lógica fundamentalmente não igualitária. De um lado, indulgência em relação ao homem, que podia 'pintar o sete', frequentar prostíbulos, gozar de prazeres efêmeros; de outro, rigor em relação às jovens, para as quais a castidade é obrigatória e a virgindade no dia do casamento igualmente necessária." (LIPOVETSKY, 2005b, p. 18)

(mormente, de consumo), um impulso ao ego. Há uma "supremacia da correlação homem/objeto sobre a correlação homem/homem" (LIPOVETSKY, 2005b, p. 32), o que confere um direito subjetivo de não se interessar pela coletividade. Afirma-se, então, que "a cultura da felicidade não seria concebível sem um conjunto de normas, de informações técnicas e científicas que predisõem a um constante exercício de autodomínio e de vigilância sobre si", fazendo com que exista um "imperativo narcisista" (LIPOVETSKY, 2005b, p. 33). Retira-se o dever, mas se garante novas imposições – não de si em relação a outrem, tampouco da sociedade para si, mas uma introjeção desta última numa representação de cobrança de si para si.

Ao usar o tema da sexualidade como exemplo, Lipovetsky (2005b, p. 54-58) afirma que a sociedade pós-moralista deixa de ser, em certos caracteres, ultraliberal – como fora a sociedade pós-moderna, do intervalo entre as Fases II e III –, buscando maior segurança para cada indivíduo. Assim, também encontram-se alguns contornos maleáveis para a ética dessa sociedade, vez que o que antes poderia ser tido como vício e virtude é extirpado como uma total liberdade para o adulto, mas uma necessária proteção de crianças em relação a diversos temas. Há, então, para além dos valores ou princípios, a necessidade de elaboração de regras, ainda que menos moralizantes ou draconianas, que organizem uma convenção social. Por tal necessidade, as regras elaboradas ou reelaboradas considerarão alguns dos ditos valores sociais e, por consequência, adentrarão no âmbito da moral individual. Assevera-se, portanto, que "aquilo que antes derivava de um mandamento universal e incontornável assumiu a forma de direito individual" (LIPOVETSKY, 2005b, p. 59) – os deveres em relação a si tornaram-se direitos subjetivos.

Contudo, ainda que se tenha acabado o caráter absoluto do dever individual, não é toda e qualquer atitude que está autorizada ou que deixa de ser (social ou juridicamente) condenável. "Nada mais irreal do que identificar o neo-individualismo com um descontrolado *laisser-aller*. De todos os lados, barreiras e regras são exigidas" (LIPOVETSKY, 2005b, p. 62) (destaque do original). Não há uma desregulamentação desordenada dos comportamentos individuais e sociais, nem por isso se nega um avanço na lógica individualista. Tendo o indivíduo (ou o homem) como um valor em si mesmo, temas como suicídio, eutanásia e comercialização de órgãos reprodutores são colocados como exemplificações da divisão das opiniões sociais sobre o limite da moral individual. "A projeção dos valores individualistas e a derrocada dos deveres tradicionais não eliminam toda a proibição, mas remetem propriamente à definição de novas linhas éticas demarcatórias, em face dos poderes acrescidos da ciência." (LIPOVETSKY, 2005b, p. 70)

Tratou-se, num todo, de uma segunda revolução individualista (LIPOVETSKY, 2005b, p. 100), que é uma revolução do consumo e da comunicação de massa – ambas dentro da dinâmica do estado social democrático –, garantindo uma descontinuidade histórica da lógica individualista (com a intensificação desta) através de uma maior autonomia das subjetividades (LIPOVETSKY 2005a, p. 189). O hiperindividualismo – ao contrário do individualismo que foi por este substituído, o qual era militante e disciplinar, histórico e moralizador – é hedonista, psicológico, sendo seu fim a realização íntima, por meio de um "governo de si mesmo" (LIPOVETSKY, 2005a, p. 190).

É interessante notar que a relação entre moral e ética, para o sociólogo francês, é uma via transitória; a exposição da ética é um meio para incutir, na verdade, a moral da época (princípios, valores, supremacia da vida humana, democracia). O hiperindividualismo, por ser intensificação do individualismo liberal (moralista), não põe fim a este, mas o coloca no caminho da responsabilização⁴⁹ em vez do dever – ainda que se ressaltem características mais ou menos moralizadoras (como uma proteção às crianças, v.g.). O que se tenta encontrar é um individualismo equilibrado, não havendo uma repressão dos sentidos, mas uma regulação de si para si; há uma edificação sem considerar um mínimo caminho coletivo (ou social) pré-traçado, o que é inevitável, ainda que insensível (LIPOVETSKY 2005a, p. 190-192).

A lógica individualista pós-moderna não significa que cada um tenha se tornado consumidor esclarecido, administrador experiente da sua carteira e do seu corpo. O quadro do conjunto é menos resplandecente em vista da eclosão acelerada de numerosas formas tradicionais de autocontrole, assim como o aumento da marginalização social. As políticas neoliberais e a cultura hedonista-narcísica que celebram o Eu e a radicalização imediata dos desejos trabalham paralelamente para dualizar as democracias, geram mais normalização e mais exclusão, mais autovigilância higienista e mais "viagens" nas drogas, mais repulsa em relação à violência e mais delinquência nos guetos, mais desejo de conforto e mais desabrigados, mais amor pelas crianças e mais famílias sem pai. Em seu aspecto positivo, o hedonismo individualista ocasiona um trabalho permanente de autocontrole, de reciclagem e de autovigilância. Em seu aspecto negativo, ele mina o sentido do esforço e do trabalho, precipita a ruína das instâncias tradicionais do controle social (família, escola, igreja, tradição, sindicato), produz a dessocialização e a criminalização. Como Janus, Narciso tem duas faces: integrado, móvel e responsável para a grande maioria; "fracassado" e delinquente, sem futuro e irresponsável para as novas minorias pobres. Mas por todo lado ele cultiva a *vida no presente* (superendividamento dos lares, queda da poupança, primazia

⁴⁹ Lipovetsky (2005b, p. 186) afirma que "a responsabilidade pós-moralista é o dever desonerado da noção de sacrifício", explicando que "[o] intento é tão-somente compensar a ampliação da lógica individualista pela legitimação de novas obrigações coletivas, visando à obtenção de um ponto de equilíbrio entre o dia de hoje e o de amanhã, entre o bem-estar individual e a proteção ao meio ambiente, entre o progresso científico e o humanismo, entre o direito de pesquisa e os direitos humanos, entre os imperativos científicos e dos direitos dos animais, entre a liberdade de imprensa e o respeito ao direito das pessoas, entre eficácia e justiça" (grifo nosso).

das especulações sobre o investimento, fraude e alergia fiscal), provocando dramáticos problemas para a edificação do futuro das democracias. (LIPOVETSKY, 2005a, p. 193) (grifo nosso)

Não há, portanto, uma forma unificada (homogeneizadas e pasteurizadas) para o qual rumariam todas as democracias – ainda que haja uma cultura ocidentalizada irradiando de um centro específico do capitalismo (conforme seção 2.2) –; todas as escolhas (principalmente, as individuais) são possíveis num leque de futuros elegíveis. Até mesmo as tradições mortas podem ressurgir adotadas livremente por grupos sem identidades. Isso demonstra que, ainda que se esteja em um processo essencialmente histórico, nada parece depender do que ocorreu no passado, vendo-se o presente como um hiper-realismo. A morte da cultura sacrificial faz com que o indivíduo deixe de viver por qualquer coisa senão por ele, mas não se aniquila a ética, cujas novas aspirações fazem com que haja uma moral indolor ("sem obrigação nem sanção") adaptada ao Ego. (LIPOVETSKY, 2005a, p. 194-197)

Lipovetsky (2005b, p. 105-109) ressalta que "embora a ética tenha readquirido foros de legitimidade, não houve uma reinstalação da antiga e sólida moral de nossos antepassados⁵⁰ no cerne da vida social, mas apenas a emergência de uma regulamentação ética de um gênero inusitado". Ainda que haja, como aponta o autor, um descrédito da exigência de elevação moral, em consonância com o desaparecimento de um atributo de moral do dever altruísta, os indivíduos da hipermodernidade não são nem mais nem menos egoístas que em outras épocas. Contudo, pensar em si mesmo não é mais imoral. O altruísmo enquanto modo de vida é depreciado como mutilação do indivíduo – há uma supervalorização da legitimidade de direitos individuais em detrimento do exercício de deveres conjugados à ausência de direitos (altruísmo não esporádico ou não prejudicial). Trata-se de um individualismo consumado. Nega-se, entretanto, a existência de um estado de indiferença ou selvageria completa, vez que não há oposição ou eliminação da ética, mas não se busca comprometer em excesso; portanto, ainda que haja auxílio caritativo, não se viverá em benefício de outrem. O altruísmo deve ser, assim, indolor.

Ao descrever a sociedade pós-moralista no contexto da hipermodernidade, com foco no individualismo, Lipovetsky (2005b, p. 11), confirmando a existência de uma moral ou de um altruísmo indolores, afirma que "[n]os tempos democráticos, a virtude não é tributária nem da

⁵⁰ Vale lembrar que a moral de tais antepassados (como dever), em verdade, não era universal, mas se restringia aos seus. Novamente, como feito à demonstração de que o "povo inteiro" estadunidense para Tocqueville restringia-se ao povo liberto, destaca-se a cidadania e democracia gregas (as quais partilhavam espaço com a ideia intrínseca de escravidão), acrescentando-se como exemplo, aqui, povos colonizadores que, por vezes, praticaram genocídios. Também é possível afirmar, em extremada comparação, que até mesmo os nazistas tinham enorme compaixão e atenção moral sincera em relação aos demais nazistas.

fé nem da classe social em que a pessoa nasceu, e o que existe são apenas indivíduos livres e semelhantes com pleno uso da liberdade sobre si próprios". Contudo, em momento algum a evolução histórica – cujo resultado é tal sociedade – é vista como um conceito positivo finalizado, senão apenas como um progresso positivo em relação às sociedades anteriores. Certo é que diversas mazelas dessa sociedade são por vezes apontadas, tal qual o individualismo hedonista que "exprime e acentua o culto individualista do *momento presente*, deprecia o valor-trabalho, concorre para desvincular do meio social, desestruturar e marginalizar ainda mais as minorias étnicas das grandes metrópoles e os excluídos das periferias" (LIPOVETSKY, 2005b, p. 34).

Existe, portanto, uma crítica "lipovetskiana" – a qual propõe, inclusive, caminhos para atingimento de soluções – à sociedade como apresentada por Lipovetsky, *in verbis*:

[...] a dinâmica econômica do *laissez-faire* manifesta a cada dia seus novos impasses e malefícios. Se, por sua insensibilidade ao real individual e social, o moralismo é intolerável, também o neoliberalismo econômico rompe o equilíbrio da comunidade, introduz ritmos descompassados de velocidade, consagra a lei do mais rico, compromete o futuro. Mais do que nunca, cumpre rejeitar a "ética das certezas" tanto quanto o amoralismo da "mão invisível", em favor de uma ética dialogada, com sentido de responsabilidade, orientada no sentido da busca de uma medida justa entre eficácia e equidade, lucros e dividendos dos assalariados, respeito ao indivíduo e ao bem-estar coletivo, presente e futuro, liberdade e solidariedade. Defendemos, sim, a causa da ética inteligente, porque o culto do dever já não tem credibilidade social, porque a justiça social requer eficácia, e a eficácia (ao menos na era neo-individualista) não pode ser concebida sem respeito ao homem, sem uma dimensão humana. O ocaso do dever não é nem uma maldição nem uma promessa paradisíaca. Não há dúvida de que o momento presente amplia as tendências à exclusão e à marginalização sociais. Contudo, o futuro não é nem um pouco questão fechada. [...] nenhuma outra solução realista a longo prazo senão a educação humana, o incremento e a difusão dos conhecimentos, a ampliação das responsabilidades individuais, o percurso da inteligência científica e técnica, política e empresarial. [...] Indispensáveis são a adoção de políticas e iniciativas inteligentes, uma forma mais ampla, o uso de critérios adequados para efeito de delegação de responsabilidades e qualificação profissional, um maior aprofundamento técnico-científico. [...] Nenhum outro fim legítimo além dos valores humanistas, nenhum outro instrumento além da capacidade teórica e prática de apreensão das realidades. (LIPOVETSKY, 2005b, p. XXXV-XXXVI)

O foco no hiperindividualismo, com a queda do dever e a ascensão de uma moral indolor, impede de notar qual é a percepção dessa teoria em relação ao objeto da moral indolor: o outro. Os caminhos propostos supra por Lipovetsky – quais sejam educação⁵¹ e valores

⁵¹ Importa destacar que não se trata de uma educação formal ou, pelo menos, não meramente formal, vez que o próprio autor destacou – em palestra ocorrida em São Paulo, em 8 de novembro de 2016 – que esse conceito de

humanistas – não podem ser vislumbrados, então, apenas com a ótica do indivíduo, devendo ser necessário visualizar uma concepção deste "outro".

3.2.1 Estado e o Outro

Lipovestky (2005b, p. 123) afirma que a sociedade contemporânea constrói, aos poucos, um "núcleo sólido de valores compartilhados, os quais se apoiam num consenso de valores éticos de base". Dentre tais valores, colocam-se os direitos humanos.

Os direitos humanos, sim, é que foram alçados à condição de um absoluto... quanto menos se exorta em favor das imposições extremas, mais se consolida o ecumenismo da ética democrática; quanto mais se discute a ética, mais se fortalece a legitimidade social da seiva comum dos valores humanistas. (LIPOVETSKY, 2005b, p. 124)

É em relação aos direitos humanos que são abordados temas como racismo, xenofobia, entre outros. Isso pois essas relações não são mais projeções do indivíduo em relação a si mesmo (*soi-même*), mas em relação ao outro. Retomando parte da seção anterior, onde foi destacada a importância da terminologia "indivíduo" tanto para a obra de Lipovetsky quanto para este trabalho, frisa-se outro aspecto da utilização dos direitos humanos como parte da tolerância com o diferente. Afirmou-se, então (na seção 3.2), que "pessoa humana" era o termo que mais se aproximava de indivíduo, mas que se dava numa perspectiva mais genérica – mais ampla e menos individualista –, muito relacionada à ideia de direitos humanos. Portanto, com esse pensamento, afirma-se que o indivíduo se olha como indivíduo (como Ego, ou Eu), mas olhará para outro indivíduo como pessoa humana (como o Outro). Nesse prisma, ao se pedir respeito ou aquisição de direitos próprios, ao se usufruir da própria liberdade, trata-se de direito subjetivo (ou direito individual); ao se tratar do direito individual alheio, de respeitar os direitos alheios ou a liberdade alheia, trata-se, no limite, de direitos humanos – ou de dignidade da pessoa humana. A pessoa humana é, assim, o Eu (o Ego, ou o indivíduo) no outro.

Supostamente, a relação do indivíduo com o (indivíduo do) outro fará com que a relação social seja, naturalmente, de respeito mútuo, vez que existem ideais comuns e valores a serem construídos em conjunto. O que não se admite, pela cultura apresentada, é que o indivíduo seja limitado em razão até mesmo do direito alheio; é preferível, segundo a lógica do

educação, que ele expõe como resposta de longo prazo para superação da sociedade de hiperconsumo, é uma educação pessoal (muitas vezes, o que se aprende com familiares) e não uma educação acadêmica.

hiperindividualismo, que não haja dor alguma para o indivíduo, mesmo que isso signifique a inexistência da garantia de satisfação de direitos subjetivos alheios. A moral indolor, como expõe Lipovetsky, não é a moral verdadeira, ainda que seja a moral existente.

A moral verdadeira parte de um pressuposto que transcende a filantropia altruísta, pois exige a "vinculação com os grupos sociais", a busca dos "fins impessoais", a devoção às grandes causas coletivas e históricas. Com espírito de disciplina, impôs-se a vinculação à existência coletiva como um elemento constitutivo da mais alta acepção moral. É precisamente essa noção de moral que se decompõe à vista de todos. A era pós-moralista identifica-se com o despojamento das responsabilidades morais em face da coletividade e com uma revalorização social da esfera estritamente interindividual da via ética, desde que esta venha amputada de sua conotação imperativa. (LIPOVETSKY, 2005b, p. 174)

O ideal democrático da hipermodernidade, portanto, não se põe como em um vínculo coletivo, mas se trata de uma democracia de um aglomerado de indivíduos sem identificações necessárias entre si, preocupados com um futuro próprio que aparenta ser descolado da realidade social. Independentemente de como as questões sociais sejam tratadas, o indivíduo vê-se como capaz de lograr êxito particular, pois é, em seus próprios termos, livre. Existe, entretanto, uma ideia de valores ou ideais comuns – certamente, sem um atingimento coletivo –, cujo desvio é tido, como anteriormente mencionado, como anomia. Em virtude desse conceito, pode-se tratar a restrição ou o impedimento da liberdade individual (princípio de maior valor nesse contexto) como um vilipêndio do indivíduo em si. É, contudo, necessário ressaltar que existem diversas maneiras de ocorrência de tal vilipêndio. Destacam-se de pronto três: causas naturais, o "outro" e o Estado.

Entre diversas possibilidades de causas naturais, pode-se exemplificar um deslizamento de terras que retire a locomoção corporal de um indivíduo, o qual, tornando-se dependente (ainda que temporariamente) de outro, nada pode fazer para retomar imediatamente sua liberdade plena; apenas pode adaptar-se à nova realidade ou contar com o altruísmo indolor de outrem. Tendo o "outro" como ponto de partida para o vilipêndio – tratando-se, portanto, de uma anomia para a hipermodernidade, pois nada poderia levar um indivíduo da sociedade pós-moralista a atentar contra uma liberdade individual, vez que colocaria em cheque um ecossistema onde sua própria liberdade seria frágil –, toma-se a ideia de uma transgressão legal, a qual é punida com uma sanção penal.

Destarte, ainda que não haja obrigações morais explícitas (a conotação imperativa), mantêm-se restrições legais, cujo desrespeito gera sanções penais. O que se conversa como lei é, ao invés de normas ideais de deveres individuais, "a ética minimalista da defesa dos outros e da sociedade, os reflexos de sobrevivência e de urgência, o pânico puro e simples e a repressão.

[...] Claramente, não há uma equivalência entre neo-individualismo e permissividade"⁵² (LIPOVETSKY, 2005b, p 86-87). Para que se possa punir a anomia, é necessário que haja um Estado – fator essencial para o direito, mas ainda pouco abordado nas teorias da hipermodernidade. Como apontado, contudo, o Estado pode ser um propagador de limitação da liberdade individual. Nesse caso, a reação social negativa é o repúdio à própria ideia de Estado, rogando-se pela existência dele apenas em áreas que, por qualquer motivo, julgar essenciais.

Por maior que seja o efetivo desdobramento do poder administrativo sobre a sociedade civil, trata-se sempre do Estado "minimalista" liberal em movimento – não será nunca um organismo prometeico querendo refazer de alto a baixo, segundo seus planos, o homem e a sociedade. Os megaprojetos de regeneração social e moral, a esta altura dos acontecimentos, estão arruinados. (LIPOVETSKY, 2005b, p. 82-83)⁵³

É estranho notar essa relação do público com o indivíduo, pois os valores democráticos da hipermodernidade, vistos a partir do hiperindividualismo, parecem não considerar a democracia em si como um ato político, mas apenas como uma cultura de vida que permite a liberdade individual. Tal fenômeno implica num isolamento desinteressado do indivíduo – o que não o impede de ter apreço pelo interesse público, vez que a hipermodernidade se apresenta por paradoxos, permitindo a cada indivíduo encaixar-se no rótulo que melhor lhe compraz, mas o que se persegue são ideias individuais em relação ao público –, uma verdadeira atomização. A sociedade pós-moralista – ainda que tente impor limites em respeito à vida e à dignidade humana –, vista de uma maneira mais crítica, não apresenta uma coletividade social sólida, mas

⁵² É importante ressaltar a tonalidade neutra – ou acrítica – dada ao não se apontar um vilipêndio de uma liberdade real em detrimento de uma liberdade putativa. Ora, por exemplo, quando se oferece uma oportunidade de trabalho em que a contraprestação é desproporcional, mas que se sabe não haver outro modo de se obter a subsistência, pensa-se haver um vilipêndio da liberdade individual real, mas dá-se oferta de escolha; enquanto a escolha do empregador é por um trabalhador ou outro, a escolha do trabalhador é pelo emprego ou a insubsistência.

⁵³ Contudo, ainda que a lógica do Estado na hipermodernidade seja minimalista em sua atuação relacionada à liberdade individual, Dalia Carreño Dueñas (2012, p. 260-265) aponta que sua presença é robusta, pois a tendência política democrática na sociedade pós-moralista é de uma democracia sem compromisso, sem sentido – "é pura fascinação". Nota-se que grande parte dessa sociedade, entretanto, exerce sua individualidade pelo ciberespaço, mormente em redes sociais, deixando de aplicar um controle entre o que é público e o que é privado – tal controle é relativizado à medida que se idealiza que, para o indivíduo hipermoderno, o "público" somente existe na proporção de sua individualidade. Assim, Duenãs explica, ao se tornar indiferente ao interesse público – tendo completude e devoção própria não somente no setor privado, mas em si – o indivíduo hipermoderno envolve-se (sem notar) pelo Estado, mas "por um hiperEstado que vigia e cobre todos os cantos da vida (inclusive o pouco que nos deixa de intimidade) nada escapa ao hiperEstado, somos parte dele" (Tradução livre de: "...por un hiperEstado que vigila y cubre todos los espacios y rincones de la vida (incluso lo poco que nos queda de intimidad) nada escapa al hiperEstado, somos parte de él..."). Perdem-se, com isso, os limites do público e do privado, o que justificaria a indiferença do indivíduo; essa configuração de hiperestado é uma virtualidade do social que se manifesta (justamente pela perda do limite entre público e privado) como transparente – isso se intensifica conforme a sociedade começa, com a hipermodernidade, a se virtualizar.

vários átomos (indivíduos) agrupados aleatoriamente e que, em suas visões próprias, não se encaram como unidade.

Segundo Silvio Luiz de Almeida (2016, p. 200-208) em sua apresentação da leitura crítica de Jean-Paul Sartre, essa atomização é promovida – e, quiçá, produzida – pelas instituições democráticas do liberalismo, o que revela a influência da vida social na constituição do indivíduo⁵⁴, somente atomizado por forças sociais. Percebe-se então a substituição de relações concretas por uma interação mínima e efêmera (digna da forma-moda). Por estar inserido numa determinada cultura, recebendo os mesmos referenciais, o suposto pensamento individual livre e acrítico é, na verdade, um pensamento em série tido conjuntamente aos demais indivíduos. Tomando a participação política democrática pelo sufrágio, o jusfilósofo destaca que, ao se notar como indivíduo (isolado), a prática do voto traduzirá não um pensamento coletivo (de grupo), mas um pensamento serializado (pensamentos idênticos construídos pela legalidade) que não permite qualquer mudança ao *status quo ante*. O papel do direito é, portanto, estabelecer a democracia formal indireta (democracia burguesa vigente) como poder legal que impede a existência de um poder popular legítimo.

Assim, é essencial que o indivíduo se perceba plenamente livre (em pensamentos, escolhas e oportunidades), descolando-se de uma realidade que traria, de fato, uma união popular contra a cultura vigente. Daí que – chegando-se ao caminho traçado dentre os predeterminados na seção 3.1.2 – se poderia afirmar que a teoria da hipermodernidade (mormente por tratar objetivamente de uma realidade observada pelo seu teórico) enquadra-se em um "positivismo que representa um liberalismo temperado com teorias antropológicas que colocam a vontade do indivíduo em momento anterior e superior ao Estado" (ALMEIDA, 2016, p. 207).

Constrói-se a visão da individualidade do Outro pela garantia de direitos humanos através de uma abstração, a partir da qual até mesmo guerras podem ser iniciadas em defesa da liberdade e da vida. Destarte, "os direitos humanos podem oferecer uma caixa de ferramentas de normas para orientar, domesticar e 'civilizar' uma era de liberalização do mercado transnacional, a qual, alegam, melhorou a condição humana" (SIGNORELLI, 2017, p. 54). Certo é, contudo, que ainda que os direitos humanos sejam vistos de outra maneira – isto é, como promotor de liberdades individuais, sem qualquer prejuízo a qualquer indivíduo, cultura

⁵⁴ É interessante notar que se não houvesse uma construção a partir da vida social – ou seja, do indivíduo a partir do todo no qual ele está inserido e não meramente segundo sua liberdade e, no limite, sua consciência (razão) –, não se poderia falar em cultura, ideais comuns, ou mesmo numa coesão de comportamentos (ainda que, por vezes, contraditórios), tal como é formada a hipermodernidade.

ou população em específico – não é possível crer na alteração das mazelas reais da hipermodernidade por meio deles. Notando-se os direitos humanos por uma potência minimizadora das crises morais cotidianas (fome, pobreza, v.g.), estas não são eliminadas por esse insuficiente instituto; sendo mais certo que os direitos humanos são propagadores da cultura-mundo, não somente enquanto impostos a culturas distintas, mas também quando tornam um sistema político-cultural e econômico, o qual é destrutivo em sua essência, palatável (SIGNORELLI, 2017, p. 55-56).

Denota-se, então, um caminho específico a ser traçado pela hipermodernidade dentro da filosofia do direito: o do positivismo.

3.2.2 Caminho Traçado

Deve-se ressaltar, prontamente, que Lipovetsky (2005b, p. 43-44) afirma a existência de "uma nova envergadura social das demandas jurídicas, isto é, a *prevalência do direito* como norma reguladora dos conflitos" (destaque do original), incorporando-se "à lógica dos direitos individuais as noções de autonomia e dignidade".

[C]remos no *direito* como fator de moralização da política. [...] empregamos nosso empenho no fortalecimento da eficácia específica do sistema jurídico. Antes, o dever era o ponto central da existência; agora temos o "cidadão jurista", os *lobbies* profissionais, o arbitramento jurídico dos conflitos de interesses. [...] Nossa época se caracteriza menos pelo "retorno da moral" do que pelo "retorno do direito". Isso equivale, na sociedade democrática do pós-dever, a uma marcha ascendente das regulamentações jurídicas como instâncias reguladoras do porvir. (LIPOVETSKY, 2005b, p. 184) (destaques do original)

Conforme sustenta Mascaro (2016, p. 321), dentre as três possibilidades de caminho para a filosofia do direito, o que se alcunha como juspositivismo é uma consolidação da visão de mundo capitalista, vez que ideias semelhantes – como individualismo, propriedade privada, entre outras – eram tidas como jusnaturalistas racionais no início do pensamento moderno. Tal pensamento, contudo, é atualmente não somente teórico, mas dominou a economia, a política e o direito – cujas formas são específicas para a contemporaneidade. Entretanto, não se pode falar em juspositivismo, mas em juspositivismos, como visto na seção 3.2.1, vez que tal caminho pode ser separado em três correntes (cada uma com diversas escolas), a saber, o juspositivismo eclético (o qual coloca as normas jurídicas como o resultado de um valor social, seja bom ou mal), o juspositivismo estrito (o qual isola o direito e as normas jurídicas da moral ou qualquer

valor social, sendo um valor em si mesmo enquanto ciência) e o juspositivismo ético (para o qual o direito positivado pode ser um meio de atingimento de determinados valores ou determinada moral, necessariamente para um progresso social).

Certamente, não se pode colocar as teorias de Lipovetsky como parte das correntes expressas por Miguel Reale (juspositivismo eclético) ou Hans Kelsen (juspositivismo estrito), pois, como afirmado, vê-se o direito como um meio de solução de conflitos e moralização da política. Toma-se, expressamente, as normas jurídicas como instância reguladora do caminho ao futuro – futuro este que, ainda que seja catastrófico na imaginação, segundo tais teorias, é esperançoso e bom, enquanto e se cada indivíduo exercer sua individualidade, respeitando determinados valores ditos democráticos.

O que se nota, portanto, é a existência de uma ética liberal, cuja moral será alcançada – quando necessário – pelo direito, devendo este ter, então, uma meta. Avança-se para além da normatividade, vez que se mescla o direito à ética e à moral. O objetivo de se encontrar uma verdadeira *virtù* na relação entre sociedade e direito denota um verdadeiro reencantamento em relação às normas jurídicas. Contudo, as escolas dentro do próprio juspositivismo ético divergem entre si, mantendo a acepção ético-moral do direito – bem como a acepção do direito como meio para atingimento de um bem (social) maior e não mera técnica – como ponto em comum. Importa destacar, ainda, que seu maior expoente, Habermas, destoa completamente do que se poderia ter genericamente por pós-modernidade (aqui, hipermodernidade). Isso pois Habermas refuta um pensamento atomizado e fragmentário, retirando um conceito de razão não da religiosidade ou de um "iluminismo de verdades eternas", mas "de um produto social, cultural, histórico, variável" (MASCARO, 2016, p. 357-362).

Ainda que se diga, segundo essa visão crítica, que não há uma razão universal, atingível a todos, quando se teoriza a respeito da produção de uma realidade social de indivíduos atomizados, as teorias da hipermodernidade não excluem um pensamento comum, guiado por fatores externos (cultura-mundo, forma-moda, hiperconsumo, hedonismo), que cada indivíduo perceberá de um modo distinto. Chegar-se-á ao que é comum pelos valores democráticos, que se apresentam como avanço histórico-social, vez que permitem um pleno exercício da liberdade individual, garantindo direitos subjetivos. Para Lipovetsky, como já apontado, o que se faz na hipermodernidade é empregar esforço na ampliação da eficácia do direito, esperando, com isso, uma melhoria nas relações sociais.

Mesmo ao considerar esforços coletivos em prol de temas como meio ambiente ou terrorismo, nota-se ao mesmo tempo (a) encarecimento no regular a valor de ações ambientais (p.e., produtos orgânicos), (b) criação de novos valores para manutenção da produção poluidora

(p.e., créditos de carbono), ou (c) aumento da xenofobia. As respostas jurídicas não são em prol de um consenso, mas da proteção de interesses; dentro dos exemplos expostos, vê-se que (a) não existe um incentivo (seja publicitário ou fiscal) que torne a produção orgânica de alimentos competitiva em comparação à produção com pesticidas, (b) não se busca reduzir verdadeiramente a produção poluidora, mas apenas, com aparência de compensação, manter essa produção com os mesmos atores, em detrimento de outros que não chegaram à mesma complexidade de produção, e (c) trata-se da questão de refugiados sem a promoção de um verdadeiro consenso cultural ou diagnóstico das causas originárias (geográficas, econômicas, sociais) de conflitos regionais ou da formação de grupos terroristas.

Os exemplos supra são relações coletivas, cuja causa ou solução por vezes escapa quando se utiliza a ótica individualista da teoria da hipermodernidade. Olhando para as mesmas relações da perspectiva do indivíduo, o que se têm são relações de consumo, relações empresariais e relações interpessoais. Os indivíduos que buscarem consumir alimento orgânico por questões ambientalistas, de saúde ou de aparência física, ainda que tenham, entre eles, objetivos completamente distintos, terão o preço do produto como obstáculo e somente realizarão tal consumo caso seja possível inseri-lo no orçamento doméstico sem prejuízo. O indivíduo que, detendo o poder de decisão numa companhia (sociedade empresária ou outra variável), puder optar por alterar sua tecnologia ou manter uma produção com igual nível de poluição, verificará qual é a opção mais lucrativa – se o investimento em tecnologia com retorno financeiro futuro, ou se a compra de créditos de carbono para manutenção da produção. Por sua vez, o indivíduo cujo país acolhe (voluntariamente ou não) refugiados advindos de regiões de conflitos (guerras ou não), ou mesmo de dominação de grupos terroristas, poderá ou compreender a situação dessa população e tentar criar um verdadeiro intercâmbio cultural, ou – muitas vezes com medo de perda de direitos e condições individuais – enxergar o refugiado como invasor e buscar preservar dita cultura e comunidade do contato com outras culturas.

Essas possibilidades de ações individuais não podem ser imaginadas fora do contexto jurídico atual. O direito permite, então, que cada indivíduo aja por si e conforme suas convicções, sem qualquer projeto de verdadeiro interesse coletivo. Isso reflete um avanço da cultura-mundo individualizante, a qual dificulta a auto visualização de grupos sociais enquanto verdadeiros grupos. Assim, cada solução é vista conforme o Ego: tenha havido sucesso em qualquer esfera da vida individual, os feitos são elogiados como mérito individual; tenha ocorrido estagnação ou fracasso, igualmente há uma individualização da culpa. De todo modo, não há interferência nenhuma das estruturas sociais ou de qualquer fator externo ao indivíduo. Assim, a utilização do direito pelo e para o indivíduo – ou com objetivos individuais conjuntos,

ainda que em demandas coletivas – tende a não confrontar a estrutura, não podendo, portanto, diminuir suas mazelas. Socorre-se, todavia, do direito, buscando a garantia de direitos subjetivos, o que garante, na verdade, a manutenção do *status quo*.

Para aprofundar a visão individualista, o direito garante igualdade formal; ao se ver igual a todos os demais, independentemente da posição social ocupado ou do poder aquisitivo detido, o indivíduo se percebe livre de qualquer dominação – pois toda relação é uma relação que se torna aparentemente entre iguais. Ainda assim, tais abstrações de igualdade e liberdade não são historicamente suficientes para desmobilizar completamente os agrupamentos sociais que podem ameaçar a estrutura capitalista (BIONDI, 2015, p. 216). Portanto, outros elementos devem demonstrar a desmobilização. Certamente, a configuração de uma ideia de direitos sociais tenha em grande medida contribuído, sendo essencial para a desmobilização, por positivar a proteção do trabalho, da educação, da saúde, entre outros (BIONDI, 2015, p. 216). Contudo, a hiperindividualização atualmente presenciada não pode ser relacionada meramente a tais fatores, senão em conjunto com o hedonismo.

O prazer individual (ou a busca deste – a busca da felicidade, necessariamente individual) faz com que o indivíduo se volte para si, sempre em busca de mais prazeres. O que traduzirá o hedonismo nas relações sociais materiais é o consumo – seja o consumo pela aparência, para alívio psicológico, ou como compulsão, proporcionando prazeres individuais. Eleva-se uma nova categoria jurídica, o direito de consumir, que, no Brasil, enquadra-se tanto como direito subjetivo, quanto coletivo e econômico, pelo menos formalmente. Não se vê, entretanto, qualquer solução real para o excesso do consumo ou mesmo para o hiperconsumo.

As propostas de solução ou mediação de conflitos – direitos humanos, liberdade, igualdade, democracia (ampliada em relação aos demais liberais⁵⁵) – que foram propostas, em crítica própria (crítica lipovetskiana, como exposto na seção 3.2), como solução ou mediação de conflitos para o que há de negativo na hipermodernidade (sociedade pós-moralista), são abstrações na forma como se compreende nas teorias expostas. Tais abstrações são feitas com vistas a uma realidade concreta; a realidade europeia, sem muitas desigualdades. Mesmo ao se apontar muitos defeitos na realidade social, as soluções para tais defeitos não propõem solucionar um ambiente de gritante desigualdade – supondo que tais soluções se prestassem a solucionar o ambiente sem muitas desigualdades. A desigualdade expressa pela pobreza, pela miséria, pela fome, pode ser exceção para a sociedade francesa (origem das teorias), mas não

⁵⁵ Lipovetsky não reduz a democracia ao voto. Para ele, a noção de democracia é, de fato, uma participação popular maior em algum fenômeno existente; se há mais pessoas consumindo um tipo de cultura ou produto, diz-se que tal cultura se democratizou, v.g.

para a América Latina, onde o pleno gozo da hipermodernidade, pelo qual se poderia verificar a maioria dos benefícios no hiperconsumo e da individualidade, é exceção, enquanto a perspectiva da hipermodernidade como tragédia é a regra. A *práxis* deve fazer com que tais abstrações desçam à realidade.

4 ATUAÇÃO DO DIREITO BRASILEIRO FACE AO HIPERCONSUMO

"Vivemos numa ordem social na qual mesmo os requisitos mínimos para a satisfação humana são insensivelmente negados à esmagadora maioria da humanidade, enquanto os índices de desperdício assumiram proporções escandalosas, em conformidade com a mudança da reivindicada destruição produtiva, do capitalismo no passado, para a realidade hoje predominante, da produção destrutiva."

(István Mészáros, *A educação para além do capital*)

Elege-se o consumo para verificação da realidade socioeconômica brasileira através do pensamento de Lipovetsky não apenas pela criação da teoria do hiperconsumo, mas também pela importância do consumo para o hiperindividualismo e a relativização do dever laico (pós-moralismo) caracterizados. O sociólogo francês entende que a civilização do bem-estar consumista (conjuntamente a outros indutores) seria responsável pelo encerramento da ideologia do dever, pois "a lógica do consumo de massa alterou o universo das prescrições moralizadoras e erradicou os imperativos coativos, engendrando uma cultura em que a felicidade se sobrepõe à ordem moral, os prazeres à proibição, a fascinação ao dever" (LIPOVETSKY, 2005b, p. 29).

Entretanto, essa nova realidade de consumo – padrão para a hipermodernidade – apresenta seus efeitos como teorizados pelo sociólogo nos países centrais (mormente, oeste da Europa e EEUU). Nestes países, a realidade trágica da hipermodernidade e do hiperconsumo em si⁵⁶ é exceção [em números]; contudo, na sociedade brasileira, nota-se que é majoritário o número de pessoas que, ainda que objetivem os signos de consumo, são indiscutivelmente apartadas [de início, em maior número] e excluídas [ao tentar ingressar, em menor número] dos padrões exitosos do hiperconsumo. Diz-se que a exclusão é feita de um padrão exitoso e não do hiperconsumo por completo, vez que, como mencionado supra, objetivam-se os padrões de aparente sucesso da hipermodernidade, bem como seu fim máximo – a felicidade individual.

Assim, para melhor adequação das teorias apresentadas à realidade brasileira ou, em outras palavras, verificar a aplicabilidade da teoria para o Brasil, considerando-se suas especificidades – estratificação social interna, bem como, ainda que com brevidade, a correlação do país com a realidade estrangeira. Assim, buscar-se-á fugir do "colonialismo

⁵⁶ Como demonstrado pela Penia, na seção 2.3.1.

mental, cultural e científico" (OURIQUES, 2015, p. 10) que muitas vezes limita a Universidade brasileira. A pesquisa e o estudo nas universidades brasileiras – mormente nas ciências sociais, dentre as quais o Direito se encontra enquanto ciência social aplicada – deve "observar as diferenças decisivas da produção do conhecimento entre um país central e outro dependente" (OURIQUES, 2015, p. 10).

Entre as distinções, destaca-se que as universidades do centro do capitalismo "existem exclusivamente para a grandeza nacional", ou seja, o poderio imperialista deste centro (OURIQUES, 2015, p. 11). Olvidar a dependência do capitalismo brasileiro – e do capitalismo latino-americano –, mormente nas reivindicações sociais, pode acabar por "fortalecer o caráter colonial e a divisão social do trabalho que finalmente justificam a existência da universidade brasileira" (OURIQUES, 2015, p. 11). Assim, de modo a participar de um "esforço nacional pela superação do subdesenvolvimento e da dependência" (OURIQUES, 2015, p. 12), apresenta-se esta dissertação. Para isso, ressalta-se, é necessário superar o eurocentrismo desses estudos, cuja função é mera imitação de comportamento satelitizado a justificar a manutenção da dependência e do subdesenvolvimento. Ainda que se saiba não ser mais possível – para avanço de um pensamento verdadeiramente crítico – a manutenção desse sistema para as "necessidades sociais e nacionais de um país dependente", não houve uma mudança real; o que é resultado do posicionamento dominante do acadêmico brasileiro em relação à realidade de seu país e de seu povo, um distanciamento que enfraquece qualquer alteração estrutural (OURIQUES, 2015, p. 12-16).

Justifica-se a apresentação de um teórico francês – o que aparenta mera reprodução do que se critica supra – não para reproduzir exatamente o que foi por ele imaginado enquanto teoria, mas para, com grande esforço, adaptar tal teoria à realidade brasileira. Como exposto no início do segundo capítulo, muitos são os que, atualmente, explicam a contemporaneidade brasileira através do hiperconsumo ou da hipermodernidade segundo Lipovetsky. Até mesmo o sociólogo francês faz sucinta análise de países periféricos, incluindo o Brasil (JUVIN e LIPOVETSKY, 2012, p. 51); entretanto, não se pode ignorar que sua visão histórico-social é completamente destoante da brasileira⁵⁷, ainda que ele não desconheça a existência de miséria em diversas regiões do globo.

⁵⁷ Por ocasião de um dos eventos de lançamento de seu livro *Da leveza: rumo a uma civilização sem peso*, traduzido para português pela Editora Amarelly, pôde-se entrar em contato pessoal com o sociólogo francês Gilles Lipovetsky. O evento, realizado em São Paulo, em novembro de 2016, ocorreu no shopping center JK Iguatemi. Ainda que irrelevante para o conteúdo de ideias do teórico, é necessário apontar a imagem que se pode traduzir a partir de um evento realizado não apenas em um centro de compras, mas em um local cuja ambientação é comumente feita pela mais alta elite da cidade mais rica da América Latina (WORLD ATLAS, 2017); portanto, não somente o discurso do teórico é feito a partir de seu viés europeu, mas, também, seu público é composto

A adaptação da visão eurocêntrica de hipermodernidade para uma cultura que, aparentemente, assemelha-se a tal visão – justamente pela expansão da "cultura-mundo" – deve passar por uma ampla adequação. Tal adequação deve considerar as idiossincrasias do Brasil para o período da hipermodernidade e, ainda mais especificamente, para o hiperconsumo. Em relação a tais idiossincrasias, entende o economista Nildo Domingos Ouriques (2015, p. 17) que:

O superendividamento estatal, a superexploração da força de trabalho, o fortalecimento da economia exportadora, o raquitismo do mercado interno quando o país exibe a menor taxa de desemprego da história recente, fenômenos aliados à virtual desaparecimento de uma burguesia industrial produtora de máquinas e equipamentos – importados da China – demonstram que as bases materiais para uma política de corte desenvolvimentista simplesmente não existem em nosso país.

Como ressaltado no segundo capítulo, a expansão da cultura-mundo é, em si, a disseminação do neoliberalismo em vertentes culturais e econômicas. Portanto, é relevante ressaltar que é somente pelo neoliberalismo contemporâneo que – a partir da integração das bases sindicalistas às ideias burguesas, da desvinculação dos políticos autointitulados "de esquerda" das causas classistas, e da negação da ideia de distinção de classes em razão de uma suposta ampliação da classe média (mormente, a chamada "Classe C") – se passa a pensar em teorias econômicas que desconsideram a força de trabalho (e, portanto, a mais-valia) para construção do valor, com o estabelecimento de um ensino que se basta ao dualizar keynesianos e neoclássicos (OURIQUES, 2015, p. 71-102, 172-173). É possível notar o resultado da atuação prática de uma teoria econômica neoliberal no consumo particular (individual ou familiar) por seus indicadores oficiais no século XXI.

Em suma, após exsurgir a hipermodernidade e o hiperconsumo nos países centrais, certo é que a cultura-mundo tratou de os disseminar para onde fosse possível. Para as classes mais abastadas, isso pôde se tornar realidade no Brasil desde seu início (décadas de 1980 e 1990); uma política econômica desestruturada tenderia, portanto, apenas a ampliar o alcance do hiperconsumo. Ouriques (2015, p. 169) ressalta que a política econômica (em geral) feita a partir de 1994 no Brasil não se encerrou com qualquer troca de governo, vez que os governantes que se sucederam têm mais semelhanças que distinções, seja no campo econômico ou social, ainda que as ferramentas utilizadas tenham sido distintas (mais ou menos efetivas).

majoritariamente por quem ignora um projeto nacional ou que a existência de estratificação social (quando se conhece a profundidade dessa realidade) é um prejuízo.

Nesse período, o Brasil logrou "uma 'inserção não subordinada' na economia mundial" (OURIQUES, 2015, p. 77), sem impor internamente a ideia de uma nação⁵⁸ ou uma política econômica nacionalista, o que traz consequências para a cultura e para o consumo, sendo que este último foi extremamente incentivado nos últimos quinze anos. Entende-se – até por uma construção histórica do termo moderno (e, conseqüentemente, hipermoderno) – que moderno é o que se cria no centro do capitalismo, de modo que se cria uma aversão ao nacional; "treinados para ver o lado moderno em tudo, os 'homens da cultura' no Brasil não percebem que a simbiose entre o moderno e o atrasado caminha bastante bem para manter o país nas malhas do subdesenvolvimento" (OURIQUES, 2015, p. 162).

A adequação concreta das teorias da hipermodernidade far-se-á pela análise de índices socioeconômicos de consumo por renda ou classe social, seguindo-se pelo alinhamento do direito do consumidor (enquanto dogmática) no Brasil para a sua verificação em relação à realidade social e às teorias apresentadas. A priori, destaca-se que a política econômica brasileira não teve sempre como seu norte os ditames estrangeiros, aplicando-se heterodoxia econômica nos governos de Getúlio Vargas⁵⁹ e Juscelino Kubitschek; naquele, houve grande participação de membros da CEPAL, enquanto neste, a participação de maior destaque foi a de Celso Furtado – responsável pela condução de uma linha de pensamento nacional (quicá nacionalista) em heterodoxia econômica (mormente, na produção científica do conhecimento). Isso permite fugir do consenso que o centro do capitalismo espera para sua periferia – aqui, visto como a cultura-mundo – com uma análise verdadeiramente social, e não somente técnica.

Furtado (2002, p. 83-94; 1992, p. 39-40, 61) atribui a Prebisch a alcunha da expressão "centro-periferia", na qual os países latino-americanos são os periféricos, atuantes de maneira passiva, e o centro principal são os que guiam a economia capitalista e a partir dos quais se determinam os ciclos econômicos; a partir dessa visão global da economia capitalista, pôde-se ter o sistema de divisão interna do trabalho como instrumento a atender interesses dos países

⁵⁸ Aqui, bem como ao tratar de "nacionalista" ou "nacionalismo" no restante deste texto, não se trata do nacionalismo como uma ideologia. Como expõe Celso Furtado (2002, p. 64), o nacionalismo enquanto ideologia encontra-se como parte de outras ideologias (ou "superideologias"), como "segurança nacional", "defesa da família", ou "civilização cristã", que, alocando a si mesmas acima da estrutura de classes, serviriam apenas para manter e reforçar as estruturas de poder, mantendo benefícios de grupos hegemônicos.

⁵⁹ Pedro Paulo Zahluth Bastos (2012, p. 179-218) explica que o governo de Vargas, desde a década de 1930, não pode ser enquadrado perfeitamente como ortodoxo ou heterodoxo, adotando medidas muito comuns a ambas as formas de economia. Contudo, Vargas era incontestavelmente contrário ao liberalismo econômico – o qual dominava a política na época em que foi tomado o poder em 1930 (chamada Revolução de 30) –, colocando o Estado como centro de decisões econômicas e, portanto, propagador de políticas econômicas. Assim, ao tentar o recebimento de investimentos para o Estado – primeiro com o setor privado nacional, o qual lhe negou tal pedido, forçando-o a solicitar ao setor privado estrangeiro, cuja resposta não foi distinta –, Vargas posicionou-se ao encontro de políticas econômicas ortodoxas, mas teve de adotar, em razão das respostas negativas referentes a investimentos, políticas econômicas heterodoxas, as quais levaram à efetividade dos resultados esperados.

centrais (à frente do processo de industrialização). Tais entendimentos foram, segundo Furtado, ponto de partida para a teoria do subdesenvolvimento que dominou o pensamento latino-americano.

Neste trabalho, entretanto, não se deseja abordar as teorias econômicas, mas tão somente tê-las de fundo com a noção de subdesenvolvimento e centro-periferia. Tais termos são essenciais para entender o consumo como um elemento de grande relevância na economia brasileira, tal qual à sua sociedade. Segundo Furtado (2002, p. 20):

No passado, quando se falava em redistribuição de renda, sempre se argumentava que os pobres, com o crescimento de sua renda, tenderiam a consumir mais e, portanto, a taxa de poupança cairia. Hoje, o paradoxo é que os ricos brasileiros é que têm uma altíssima propensão a consumir. A renda não se concentra para aumentar a taxa de poupança, e sim para aumentar o consumo dos mais ricos. É escandalosa a distância, no Brasil, entre o consumidor popular e o consumidor médio e rico.

Para verificar qual a imagem de consumo do brasileiro, utiliza-se esse paradigma de Celso Furtado, tendo como essencialidade as divisões internas da sociedade em estratos (classes), sendo de inseparável importância a visualização da distribuição de renda para a relevância dessa abordagem. Destarte, a seguir, tenta-se expor um corte da realidade social de consumo no Brasil para, então, verificar e propor a adequação das teorias da hipermodernidade ante à realidade brasileira de consumo e ao direito do consumidor.

4.1 COMO CONSOMEM OS ESTRATOS SOCIAIS BRASILEIROS

Hiperconsumo não possui uma noção unívoca, podendo, para quem do conceito de Lipovetsky, ter apenas o significado de um consumo exagerado, ainda que como produto da globalização (espelho das sociedades de consumo dos países centrais). Contudo, tal conceito simplificado não induz uma análise rasa da realidade à qual se aplica. Retomando, em certa medida, o teórico do subdesenvolvimento que apresenta o binômio centro-periferia, importa ressaltar que o termo hiperconsumo foi assim utilizado por Celso Furtado (1999, p. 32-35). Nessa oportunidade, Furtado aponta que um dos problemas brasileiros é a disparidade da valorização (e valoração) do fator humano por funções distintas; enquanto profissionais especializados podem ter suas remunerações (médias) em valores aproximados aos dos países centrais (Europa ocidental e EEUU), destoando dos valores considerados altos para a América Latina, os operários comuns brasileiros poderiam ter suas remunerações equiparadas aos dos

países mais pobres da região. Segundo essa premissa, funda-se a ideia de que o hiperconsumo, em sentido genérico adviria em detrimento (ou contrapartida) da miséria de parte do povo.

Vislumbrando tal realidade, Furtado (2014, p. 172-173) propõe uma divisão específica da sociedade brasileira, em três grupos de consumidores. O primeiro grupo (de população mais pobre) seria composto por metade da população e somaria um quinto (20%) da renda nacional; o segundo, composto por 40% da população, somando também 40% da renda nacional; o último grupo seria de 10% da população, somando 40% da renda. Ainda, este último grupo poderia ser dividido em outros dois grupos menores, formando um de 9% da população e outro de 1%, ambos com parcelas idênticas da renda nacional (20% para cada). Isso significa que, quando da análise supra (cujos dados remetem à proximidade de 1960), 1% da população teria poder de consumo idêntico à metade da população brasileira.

Ao retomar os conceitos de Lipovetsky – fazendo, contudo, uma análise por grupos ao invés de individual⁶⁰ –, através dos arquétipos apresentados na seção 2.3, poder-se-ia verificar que somente um décimo da população brasileira estaria apta a usufruir da sociedade de hiperconsumo, com uma contínua busca por felicidade (prazer hedonista). Ao mesmo tempo, grande parte (os 40% da faixa intermediária apresentada) teria de optar entre ceder à sedução do hiperconsumo apresentada através da publicidade, ou um consumo básico cujos momentos de prazer seriam (se existentes) limitados; há, ainda, a parte majoritária, que teria dificuldade de manter um consumo de subsistência. Assim, 90% da população brasileira viveria, em relação ao hiperconsumo, conforme *Penia*. Entretanto, importa ressaltar que, como apontado na seção 2.3.2, o sociólogo francês demonstra a aplicabilidade de sua teoria aos "países do sul"⁶¹ somente no futuro; ainda que não se pudesse afirmar ou contestar que tal futuro já se faz presente na segunda década do século XXI, é inevitável que se tenha uma afirmação em mente: a periferia do capitalismo é abordada pelo fenômeno do hiperconsumo (e da hipermodernidade como um todo) após os países do centro. Isso torna-se particularmente nítido quando se pensa que é a cultura destes que se insere na realidade daqueles. Portanto, a demonstração da divisão social brasileira de 1960 (em grupos ou classes de consumo) não se presta a verificar a existência ou ausência do hiperconsumo e de seus efeitos; porém tal apresentação garante um método sólido a ser seguido.

⁶⁰ Ainda que possam ser tomados como modo equivocado de leitura das teorias da hipermodernidade, como visto a partir do que exposto na seção 3.2, os dados expostos remontam a realidade de 1960, sendo apresentados já na forma de grupos sólidos, sem que se pudesse vislumbrar características destoantes internas.

⁶¹ A periferia do capitalismo, como referido neste trabalho, e cuja eleição do termo foi fundamentada no início deste capítulo.

Destarte, seguir-se-á uma breve análise de índices sociais e de consumo com o intuito de identificar a realidade brasileira de consumo, bem como elaborar uma possibilidade de relação com a hipermodernidade. Para isso, utilizar-se-ão índices oficiais de estatísticas ou pesquisa em consumo no Brasil – como IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas), IDEC (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor), IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) –, bem como auxílio paralelo de informações do veículo oficial de comunicação do governo – a Agência Brasil da EBC (Empresa Brasileira de Comunicação) – ou de entes internacionais.

Apointa-se, de início, a divisão feita atualmente pelo IBGE, segundo o censo de 2010. Faz-se a distinção pelo que chamam de "classe de rendimento", computando na análise a população de "pessoas de 10 [dez] anos ou mais de idade" que estavam empregadas quando da realização da pesquisa. Esse método de análise fez com que o grupo na amostra fosse do número total de 86.353.839 pessoas. Dessas pessoas: 5.695.835 pessoas (6,6%) são enquadradas no grupo "sem rendimento" (o que inclui pessoas que recebem benefícios como fonte exclusiva de renda); 28.212.947 pessoas (32,67%) recebem até um salário mínimo⁶²; 28.210.975 pessoas (32,67%) recebem entre um e dois salários mínimos; 9.173.675 pessoas (10,62%) recebem entre dois e três salários mínimos; 7.134.366 pessoas (8,26%) recebem entre três e cinco salários mínimos; 5.304.693 pessoas (6,14%) recebem entre cinco e dez salários mínimos; 1.858.538 pessoas (2,15%) recebem entre dez e vinte salários mínimos; e 762.809 pessoas (0,88%) recebem mais de vinte salários mínimos.⁶³

A divisão destacada por Furtado, referente a números de 1960, contudo, tratava sobre a concentração de renda. Assim, para contrastar com a divisão atual do IBGE (de classe por rendimento), trazem-se os dados oficiais do governo brasileiro sobre a concentração de renda, os quais são medidos através da fiscalização tributária, por análise das declarações de Imposto de Renda da Pessoa Física (IRPF) traduzidos nos Relatórios de Transparência Fiscal (de controle da Secretaria de Política Econômica, do Ministério da Fazenda do Governo Federal). Da forma como os dados são colhidos, nota-se que há uma grande exclusão nos dados oficiais

⁶² O salário mínimo na época em que tal censo ocorreu (2010) era de R\$510,00 – o que totalizava US\$293,77 ou €220,96–, num ano em que o DIEESE (Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos) calculava ser de R\$1.995,28 o salário necessário para manutenção de necessidades básicas.

⁶³ É necessário salientar também que há grande diferença entre as regiões, pois enquanto na região Sudeste a percentagem da população "sem rendimento" representa 2,86%, na região Norte essa percentagem é de 11,95%, e na região Nordeste, de 13,56%. Da mesma forma, respectivamente nas três regiões, a parcela da população que tem rendimento de até um salário mínimo é de 25,21%, 41,56% e 51,23%; e rendimento entre um e dois salários mínimos, 37,97%, 25,72% e 20,26%.

do governo sobre a concentração de renda. Segundo o relatório do ano de 2016⁶⁴, das 101,5 milhões de pessoas economicamente ativas em 2013, apenas 26,5 milhões (26,1%) entregaram a declaração de imposto de renda no referido ano; sendo que, como afirmado no relatório, trata-se majoritariamente de um grupo de pessoas de renda mais alta.

Ainda que existam pessoas que tenham entregue a declaração e cuja renda tributável fosse de meio salário mínimo, até um grupo segmentado de cinco a dez salários mínimos (além dos outros grupos acima), a divisão de grupos para aferição e análise da desigualdade social conforme a concentração de renda foi feita desta maneira: pessoas de faixa de rendimento (FR) de até 20 (vinte) salários mínimos⁶⁵ (grupo I); pessoas de FR de 20 a 40 salários mínimos (grupo II); pessoas de FR de 40 a 80 salários mínimos (grupo III); pessoas de FR de 80 a 160 salários mínimos (grupo IV); e pessoas de FR superior a 160 salários mínimos (grupo V). Para o ano de 2010, a percentagem de declarantes do grupo I era de 90,7%, enquanto sua renda total bruta era de 50,5% do total da análise; para o grupo II, de 6,1% das pessoas, a renda era de 16,%; para os 2,3% do grupo III, de 11,9%; para os 0,6% do grupo IV, de 6%; e, por fim, para os 0,3% do grupo V, de 15,5%.

Utilizando os mesmos grupos como base, o relatório também mostra que a participação nos bens e direitos líquidos é de 37,2% para o grupo I, 15,7% para o grupo II, 13,4% para o grupo III, 8,3% para o grupo IV e 25,3% para o grupo V. Por difícil que seja fazer a adequação lógica perfeita das duas análises – vez que uma tem por base menos de um terço da população da outra –, deve ser ressaltado o fato de que a somatória da quantidade de pessoas dos grupos de II a V é menor que 1% do número total de pessoas com dez anos ou mais de idade, segundo o censo de 2010. Portanto, se o grupo dos 1% mais ricos do país, em 1960, poderia ostentar a concentração de 20% da renda, certo é que, em 2010 (cinquenta anos depois), tal concentração atinge 49,5%, pelos dados calculáveis segundo as declarações de imposto de renda. Utilizando-se de dados mais abrangentes, o índice de GINI⁶⁶ brasileiro variou de 0,58 na primeira marcação (em 1981), atingindo o ápice de 0,633 (em 1989), sendo que a marcação de 2010 (a qual não aparece no registro histórico) varia entre 0,539 (em 2009) e 0,531 (em 2011). Tal marcação – para o ano de 2010 – é acima da média para os países de renda média (no qual o Brasil está

⁶⁴ A referência deste relatório são as declarações de imposto de renda de 2014 e 2015, bem como as referências históricas de 2007 a 2013. Ainda que não se trate precisamente do ano do censo que se utilizou como referência anteriormente (2010), é o relatório disponível cuja data mais se aproxima, e o próprio relatório utiliza-se do censo referido.

⁶⁵ Nestes anos (2014 e 2015), os salários mínimos foram de R\$724,00 e R\$788,00, representando US\$302,80 e US\$280,33 ou €222,02 e €244,97, sendo necessários para necessidade básica, segundo o DIEESE, R\$2.771,44 e R\$3.186,92.

⁶⁶ Cálculo da desigualdade de distribuição de renda familiar, elaborado por órgão internacional e não estatal (Banco Mundial), que varia de 0 a 1, sendo 1 o índice de desigualdade completa.

inserido), sendo que, na América Latina⁶⁷, o país teve índice menor apenas que Colômbia e Honduras. Em termos mais reais, portanto, o relatório da Oxfam Brasil de setembro de 2017 mostra que os 5% mais ricos da população brasileira possuem parcela de renda idêntica aos demais 95% da população.

Tendo em mente a dissonância das concentrações de renda, torna-se a tomar por base os dados do censo para definir os estratos sociais brasileiros— como já delimitados acima —, aqui definidos como "Sem Rendimento" (SR), "Faixa 1" (F1 – os de até um salário mínimo), "Faixa 2" (F2 – de um a dois salários mínimos), "Faixa 3" (F3 – de dois a três salários mínimos), "Faixa 4" (F4 – de três a cinco salários mínimos), "Faixa 5" (F5 – de cinco a dez salários mínimos), "Faixa 6" (F6 – de dez a vinte salários mínimos) e "Faixa 7" (F7 – mais de vinte salários mínimos). Ressalta-se, ainda, em razão do método pelo qual são realizadas algumas análises de consumo do IBGE, quando não houver discriminação do grupo SR, a totalidade de seus componentes estarão inseridos no grupo F1.

Tais grupos, por se tratarem do rendimento, foram elaborados com base na divisão supra, relacionada a pessoas com dez anos ou mais que, de alguma forma, trabalham; certo é que há uma totalidade da população que não está abrangida e, ainda assim, auferem renda e/ou consomem. Portanto, apontar-se-á, conforme tais grupos, algumas distinções entre o quadro (pessoas que trabalham) e outras análises elaboradas também pelo IBGE. Na totalidade do censo, a população com "dez anos ou mais de idade" passa a ser composta de 161.981.299 (cento e sessenta e um milhões novecentos e oitenta e um mil e duzentas e noventa e nove) pessoas no ano de 2010. Dessas, 53.104.874 pertencem ao grupo equivalente ao SR, o qual, para se distinguir, chamar-se-á de SRT (totalidade das pessoas sem rendimento), sendo 32,78% em vez dos 6,6%; 44.991.563 pertencentes ao F1T, 27,78% do total (em vez dos 32,67% anteriores); 32.934.535 pertencentes ao F2T, 20,33% do total (em vez dos 32,67%); 11.367.350 pertencentes ao F3T, 7,02% (em vez dos 10,62%); 9.202.384 pertencentes ao F4T, 5,68% (em vez dos 8,16%); 6.674.038 pertencentes ao F5T, 4,12% (em vez dos 6,14%); 2.493.924 pertencentes ao F6T, 1,54% (em vez dos 2,15%); e, por fim, 1.212.631 pertencentes ao F7T, 0,75% (em vez dos 0,88%). Essa diferenciação de análises ou aferições não surpreende ao se ter em mente que a renda de um indivíduo não vem apenas do trabalho ou ocupação (rendimento-trabalho), podendo advir de frutos da propriedade (p.e., aluguel), investimentos ou

⁶⁷ Os países que fazem parte de tal medição pelo Banco Mundial na América Latina e no Caribe, neste período, são: Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, República Dominicana, Equador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Panamá, Paraguai, Peru e Uruguai.

mesmo programas sociais de transferência de renda – sendo que esses últimos têm efeito sobre os grupos de F1T até F4T.

Os dados relativos ao consumo, segundo o IBGE, são analisados por família, ao invés de por indivíduo. Entretanto, não há de se considerar grande variação no número de pessoas por famílias – ao menos em nível nacional, vez que tal feito se mostra inadequado para algumas regiões. A saber, a média do número de pessoas por família é de 3,3, sendo que em F1 a média é de 3,07 (menor média), enquanto a maior média é de 3,48 em F5.

De início, reduzem-se as categorias de "despesas de consumo" – conforme nomenclatura do IBGE, cujas categorias foram selecionadas exclusivamente para a elaboração do presente trabalho – em "alimentação", "habitação", "telefone celular" (subcategoria de habitação), "pacote de telefone, TV e internet" (subcategoria de habitação), "vestuário", "joias e bijuterias" (subcategoria de vestuário), "assistência à saúde", "educação", "celular e acessórios" e, por fim, "despesas diversas". Essas categorias – pré-estabelecidas pelo IBGE – foram selecionadas em razão ou de sua conexão direta com o que se estabeleceu por hiperconsumo na seção 2.1, ou para comparação entre as categorias mais próximas ao hiperconsumo⁶⁸ e o que se poderia ter como consumo de subsistência ou consumo essencial⁶⁹. É interessante notar que a divisão específica feita neste trabalho, entre consumo essencial e hiperconsumo, pode ser vista também como a divisão entre poupança e consumo, em uma métrica já utilizada pelo IPEA⁷⁰. Todavia, distingue-se dessa utilização, pois – em consonância com as intenções deste trabalho – não se pretende entender que educação e saúde (por exemplo) são investimentos ou poupança para um capital humano, mas, sim, itens de consumo necessários a uma vida minimamente digna.

Todas essas categorias acima compõem as despesas de consumo, sendo responsáveis por um gasto médio de 78,9% da renda familiar mensal total da população brasileira. Com a separação nos estratos social anteriormente definidos, há grande distinção entre os grupos – as despesas de consumo representam 92,1% da renda familiar para F1T, 87,5% para F2T, 86,7% para F3T, 85,2% para F4T, 72,5% para F5T, 64,4% para F6T e 61,8% para F7T. Para as categorias de consumo essencial, os grupos (segundo a ordem apontada anteriormente), respectivamente, destinam as seguintes percentagens de seus rendimentos familiares: 66%,

⁶⁸ Seriam: "telefone celular", "pacote de telefone, TV e internet", "vestuário", "joias e bijuterias", "celular e acessórios".

⁶⁹ Seriam: "alimentação", "habitação", "assistência à saúde" e "educação".

⁷⁰ Em estudo do IPEA, explica-se que "gastos com ativos financeiros, imóveis/bens duráveis e saúde/educação podem ser interpretados, respectivamente como poupança financeira, poupança em ativos reais e poupança na forma de capital humano" (IPEA, 2017b, p. 35). Afirma-se também que bens como habitação/moradia são, ao mesmo tempo, bens de consumo e de investimento (ou poupança) ("*Housing is both a consumer and investment good*") (IPEA, 2017a, p. 7).

59,8%, 57,7%, 53,3%, 42,7%, 45,7% e 36,1%; enquanto a despesa com as categorias de hiperconsumo são 8,2%, 9,8%, 9,9%, 8,7%, 9,2%, 8,3% e 6,2%.

Assim, ainda que o valor nominal do gasto seja distinto conforme o estrato social – com impacto notado majoritariamente no grupo F7, que concentra em si renda equivalente ao restante dos grupos, e, portanto, com percentagens de gastos que destoam enormemente –, nota-se que a percentagem no consumo de bens característicos do hiperconsumo é muito próxima entre os grupos, enquanto o mesmo não se percebe no consumo de bens essenciais. Deve-se ressaltar, também, que o hiperconsumo para o grupo F1 é limitado por uma questão de necessidade em comparação à sua renda nominal, e por isso há uma distância mais relevante em comparação aos demais grupos – com a exceção já apontada do F7. Essa limitação pode ser vista em outro indicador do IBGE, que aponta o "grau de dificuldade para chegar ao fim do mês com o rendimento monetário familiar". Separando-se, aqui, as situações opostas⁷¹, demonstra-se que, em sequência do grupo F1 para o F7, a quantidade de pessoas com dificuldade para passar um mês inteiro com a própria renda é de 90,5%, 84,9%, 77,7%, 67%, 56,6%, 43,7% e 32,4%⁷²; enquanto a quantidade de pessoas com facilidade é 9,5%⁷³, 15,2%, 22,3%, 33%, 43,5%, 56,2% e 67,5%.

Esse conjunto diagnóstico demonstra que a inserção dos brasileiros no hiperconsumo não depende da estratificação social, ainda que seja necessário um endividamento (e, por vezes, superendividamento). A série histórica oficial sobre endividamentos dos consumidores utilizada pelo governo brasileiro é elaborada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviço e Turismo – CNC, denominada Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor – PEIC. A análise da PEIC foca em dois grupos, que, aqui, se pode dividir no conjunto dos grupos F1-a-F5 e no conjunto dos grupos F6-e-F7. Com análise iniciada em 2010, o percentual de famílias endividadas do conjunto F1-a-F5 varia em torno de 62,2%, sendo seu ápice 67,2% (em fevereiro de 2011); enquanto para o conjunto F6-e-F7, o percentual varia em torno de 53%, sendo seu ápice 58,9% (em julho de 2013). Em ambos os casos, a maioria dos endividados tem um comprometimento que varia entre 11 e 50% do rendimento (50,6% das famílias do conjunto F1-a-F5 e 55,5% do conjunto F6-e-F7); assim também é em ambos os casos em que o endividamento se dá eminentemente em cartão de crédito (75,8% para o primeiro grupo e 71% para o segundo), fato que denota um endividamento pelo desejo de

⁷¹ Agrupa-se as classificações "muita dificuldade", "dificuldade" e "alguma dificuldade" no conjunto "dificuldade"; e "muita facilidade", "facilidade" e "alguma facilidade", em "facilidade".

⁷² Para o grupo F7, 23,9% revela ter "alguma dificuldade", sendo 3,5% para "muita dificuldade" e 5% "dificuldade".

⁷³ Para o grupo F1, 6% revela ter "alguma facilidade", 2,9% "facilidade" e 0,6% "muita facilidade".

consumir bens (produtos ou serviços) que não se poderia obter com o patrimônio que se possui no instante em que se deseja. Portanto, ao menos quando se tem em perspectiva a realidade brasileira, há mais acerto no entendimento de Marcelo Gomes Sodré (2009, p. 19), que, ao tratar de América Latina, afirma existir "um enorme crescimento das camadas pobres da população no terceiro mundo, que, por sua vez, sonham em ter acesso a padrões de consumo inacessíveis". Isso nos leva à conclusão de William Daros, *in verbis*:

[...] fora da Europa, e inclusive dentro dos EEUU, ficam ainda hoje milhões de pessoas marginalizadas deste célebre consumo de massa e da vida de prazer, fato que é necessário não esquecer. Estes povos, ainda em meio a sofrimentos e precariedades, têm também valores humanos (ligados principalmente aos afetos) que outros povos "mais avançados" estão perdendo. (DAROS, 2015, p. 92) (grifo nosso)⁷⁴

A conclusão de Daros aproxima-se, como resposta, de um senso comum, no qual se pode ter em mente que: embora os países latino-americanos e sua população sejam mais pobres que os países e populações do centro do capitalismo, há uma compensação com sua diversidade cultural, clima (geralmente tropical) e alegria. O que se mostra é o contrário, muito pela essência do capitalismo disseminada pelo que se expôs, aqui, como cultura-mundo, mas certamente com associação a diversos outros motivos – como a divisão internacional do trabalho, na qual os países periféricos devem fornecer matéria-prima e mão-de-obra barata para os países centrais produzirem os produtos que serão consumidos, também, nos países periféricos. O que se vive no Brasil é uma verdadeira Penia, tanto pela falta de acesso aos bens de consumo, mantido o desejo, quanto pela tentativa do consumo paritário ao desejo ainda que custe a saúde financeira do indivíduo.

Essa falta de acesso aos bens de consumo não é restrita, no Brasil, aos bens supérfluos, acessórios ou bens do hiperconsumo. Agravando-se as ideias apresentadas na seção 2, tanto do antropólogo inglês Daniel Miller – que ressalta o fato de que o consumo que muitas pessoas almejam não é algo exagerado e que deve ser afastado, mas itens essenciais à sobrevivência ou à vida digna –, quanto de Lipovetsky – que afirma que o hiperconsumo, em tese, não se dá sem a satisfação completa das necessidades básicas –, aponta-se, conforme supramencionado relatório da Oxfam Brasil, que, em 2015, as desigualdades no consumo de bens essenciais era

⁷⁴ Tradução livre de: "No obstante, fuera de Europa, e incluso dentro de los EE. UU., quedan aún hoy, millones de personas marginadas de este mentado consumo en masa y de la vida placentera, hecho que es necesario no olvidar. Estos pueblos aun en medio de sufrimientos y precariedades, tienen también valores humanos (ligados principalmente e a los afectos) que otros pueblos 'más avanzados' están perdiendo".

gritante, com exceção da energia elétrica que foi universalizada⁷⁵. Tal relatório aponta que enquanto 94% dos 5% mais ricos da população têm acesso a água, nos 5% mais pobres esse acesso é de 62%; a análise em relação a cobertura de esgoto resulta em 80% para os 5% mais ricos e apenas 25% para os 5% mais pobres. Ainda muito negligenciada pelo setor público, a parcela mais pobre da população destina – conforme demonstração do grupo F1 – 90,5% de sua renda para o gasto em consumo de bens essenciais.

Destaca-se também que a má distribuição desses bens essenciais pouco guarda relação com as distinções regionais do país – ainda que esse fator seja de relevância – em comparação com a relação simbiótica que têm com a desigualdade de renda. Para exemplificar tal assertiva, novamente referencia-se o relatório da Oxfam Brasil de setembro de 2017, que traz a Cidade de São Paulo como retrato dessa desigualdade. A maior cidade do país (e da região latino-americana) comporta 12 milhões de habitantes – 6% da população do país –, dos quais 40% (4,7 milhões) habitam os 34 distritos que frequentemente aparecem em últimos dentre os 96 componentes da cidade. Essas são as regiões cuja renda dos habitantes é menor, e grande parte deles vive sem oferta de água e esgoto. Para elucidar essa situação, aponta-se que, em 2010, o distrito de Marsilac tinha uma renda per capita de R\$347,00 (abaixo do salário mínimo), e 43% de seus habitantes estavam em situação de alta vulnerabilidade social (sem água e esgoto), enquanto em Moema a renda per capita era de R\$4.967,00 e não havia qualquer habitante em situação de alta vulnerabilidade social.

Por mais distintas que sejam as condições sociais dos habitantes de uma mesma cidade, é de se supor que todos sejam impactados – guardadas as devidas proporções – pelas mesmas mídias e mesmas publicidades, ou políticas públicas. Assim também, supõe-se que haja exigências mínimas semelhantes para obtenção de trabalho ou emprego, de ingresso em instituições de ensino e formas semelhantes mínimas para transporte no local. Tendendo, mais uma vez, aos exemplos, para requisição de uma grande parte dos empregos formais, exige-se um endereço eletrônico para correspondência (*e-mail*) ou que o indivíduo possua um celular (com alguma conexão de internet), muitas vezes para que possa ser contatado em horários diversos ou passar informações instantaneamente. Esses exemplos, ainda que sejam demasiadamente abstratos, ajudam a visualizar motivos para que – segundo pesquisa de consumo do IBGE de 2008 – o estrato social F1 gaste com telefone celular a mesma

⁷⁵ É interessante notar que o único bem de consumo essencial universalizado no Brasil é também o único a propiciar ou incentivar outros consumos, como, por exemplo, de televisão, eletrodomésticos, computadores, bem como é o que facilita a extensão do consumo no tempo diário, podendo-se aproveitar do período noturno para prosseguir consumindo.

percentagem de 1,3% de sua renda que destina à educação; ou 6% de sua renda com vestuário, mas apenas 4% com assistência à saúde. Alguns costumes criados na referida cidade (exemplo que retrata tantas outras cidades do país), portanto, forçam a despesa com consumo de bens não essenciais.

Certamente, como se tratam de costumes, é possível que algumas pessoas simplesmente abduquem de tal despesa ou que não logrem efetua-la. Em números muito dissonantes, o IDEC, em pesquisa feita em 2013, demonstra que 93% de seus entrevistados⁷⁶ possuíam telefone celular (o que inclui a categoria *smartphone*), ao mesmo momento que, em 2015, o percentual oficial de indivíduos que possuíam celular, segundo o IBGE, era de 78,3% (CAMPOS, 2016b). Este é o meio pelo qual mais se conecta à internet no Brasil, representando 92,1% dos acessos, ainda que mais de 40% da população (com dez anos ou mais) não tenha acesso à internet (CAMPOS, 2016a)⁷⁷. Completando a inserção na aceleração instantânea da hipermodernidade, demonstra-se o uso das alcunhadas redes sociais. Aponta-se que 42% da população da América Latina faz parte de redes sociais, perfazendo um total de 260 milhões de indivíduos, dos quais 93,2 milhões são brasileiros.

Assim, torna-se inevitável que todos os estratos sociais estejam insertos na hipermodernidade em suas formas mais efêmeras – ainda que apenas 32,7% dos componentes do grupo F1T tenham acesso à internet –, o que pode culminar no já mencionado endividamento, mas, também, em resultados sociais mais corrosivos, quais sejam: aumento do cometimento de crimes patrimoniais e crescimento de sentimentos depressivos generalizados. São estes resultados do hiperconsumo de catástrofe, conforme demonstrado no desejo de pertencer ao ambiente de consumo padrão (ou de alto padrão) repercutido pela publicidade (como visto na nota 15). Marcelo Sodré (2009, p. 12) afirma:

A ausência de recursos econômicos exige a necessidade de se gastar o pouco que se tem da forma mais adequada possível. O problema é que a grande fonte de informações dos consumidores é a publicidade comercial, que, por sua vez, não tem como objetivo informar corretamente os consumidores, mas vender seus produtos. Assim, às deformações econômicas já apontadas (por conta da enorme desigualdade social) somam-se as péssimas informações que os consumidores recebem no momento de exercerem seu ato de consumo.

⁷⁶ A amostragem foi feita por um grupo de 806 pessoas, estimando-se uma margem de erro de 3,5%, mas – o que mostra uma grande fragilidade da pesquisa – seus 37% de componentes pertenciam às classes A e B, 37% à classe C1, e 26% às classes C2, D e E. Na pesquisa, não se indica qual a métrica utilizada para classificar as classes sociais.

⁷⁷ Ressalta-se que os dados oficiais divergem dos internacionais, feitos pelo Banco Mundial, o qual afirma que são 98 milhões de indivíduos sem acesso à internet, e não 78,9 milhões como afirma o governo (CRAIDE, 2016).

Esse hiperconsumo de catástrofe – o qual estimula que os indivíduos que não possuem recursos suficientes para aquisição de alguns bens despendam seu parco patrimônio com bens desnecessários, seja por adaptação à cultura, seja por excesso de publicidade ou para ter acesso a condições melhores (como o exemplo celular-emprego) – torna-se, também, estrutural, ao passo que, tendo surgido da estrutura interna da sociedade brasileira em contato com a cultura estrangeira, o hiperconsumo é um dos mecanismos de manutenção do *status quo ante*. Uma característica do consumo de bens essenciais e uma característica geral das despesas de consumo destacam esse hiperconsumo estrutural. Enquanto o gasto dos estratos sociais de F1 a F7 não varia muito para "joias e bijuterias" – a saber, 0,5% para F1, F2 e F4, 0,4% para F3 e F6, 0,3% para F5 e 0,6% para F7 –, a distância na despesa com "educação" é excessiva – em ordem respectiva de F1 a F7, 1,3%, 1,5%, 4%, 4%, 3,1%, 5,7%, 4,7%. É de se afirmar – e não apenas supor – que, num sistema sociocultural e econômico em que a educação de massa (por mais especializada que seja) é unicamente voltada para os fins dos meios de produção, a despesa com educação é um incremento (ou investimento) necessário para que haja tanto alguma possibilidade de manutenção individual num estrato social relativamente alto quanto ascensão aos estratos F4-a-F7. A baixa destinação de renda à educação – cuja distância já grande em percentagem torna-se inatingível em valores nominais – faz com que os estratos sociais mais pobres dependam quase que exclusivamente de programas governamentais (os quais se mostram frágeis pela possibilidade de redução ou extinção ao gosto dos governantes brasileiros) e, ainda minimamente, de poucas organizações sociais ou da benevolência de alguma filantropia.

Somando-se a essa característica do bem essencial "educação", apresenta-se a supramencionada característica geral das despesas com bens de consumo em geral. Conforme mencionado anteriormente, enquanto o percentual de despesa com consumo dos estratos F1-a-F4 é superior a 85,2%, para os estratos F5-a-F7 os percentuais são 72,5%, 64,4% e 61,8% respectivamente. Isso demonstra uma impossibilidade de acumulação – ou economia – da parca renda dos estratos sociais mais baixos e uma alta possibilidade de acumulação (o que em valores nominais é bastante significativo) para os estratos sociais mais altos. Com essa falta de acumulação – fator essencial ao capitalismo –, é mais fácil que indivíduos ou famílias dos estratos sociais relativamente altos migrem para os estratos mais baixos que o inverso. Ainda que somada a outros fatores, a expansão do hiperconsumo foi essencial para que a melhora apresentada no índice de GINI entre os anos de 2000 a 2010 fosse feita com uma ampliação

apenas dos estratos F1 e F2, com a conseqüente redução de todos os demais⁷⁸, incluindo o grupo SR.

A expansão brasileira do crédito nos anos de 2001 a 2011 (IPEA, 2017c) – tendo passado de 5 a 15% do PIB, ainda que tenha iniciado seu declínio após 2010 – foi essencial para que houvesse, como reflexo do consumo, um aumento de mais de 1% no PIB *per capita*. Contudo, a política de crédito ao consumidor levou ao superendividamento já apontado, bem como à impossibilidade de acúmulo de capital pelo incentivo ao consumo – respectivamente, tais situações dão-se quando a renda mensal não é suficiente para cobrir o impulso pelo consumo (superendividamento), ou quando a renda mensal é suficiente para tanto, mas esse consumo faz com que não sobrem recursos para que se acumule. Esse contexto deve ser observado dentro da ótica do hiperconsumo, cuja troca do dinheiro por mercadoria obedece, também, à forma-moda (efemeridade e hedonismo), constituinte do capitalismo artista – mas que não deixa de ser capitalismo e, portanto, torna possível a verificação de uma diferenciação entre capitalista e consumidor, vez que a atuação deste em relação ao binômio dinheiro-mercadoria implica na não-aplicação de um dinheiro específico como capital.

4.1.1 Consumo e sua Relação Social

Um bem – ou mercadoria – pode ter dois tipos de valor para um indivíduo, valor de uso ou valor de troca, podendo este se denominar apenas por valor, vez que sua determinação é feita no âmbito de sua troca (MARX, 1988, p. 81). Nessa relação de troca, o bem não tem valor de uso a quem o deseja vender (MARX, 1988, p. 81), por isso seu preço (idealização do valor de troca) é por este estabelecido para quem o desejar comprar. Diz-se vender e comprar e não meramente trocar pois, ainda que na troca o bem se faça mercadoria, não há uma forma mercadoria (essência do capitalismo) sem a venda deste bem, ou seja, sem a equivalência de todas as trocas pelo dinheiro (cujo valor de uso é o próprio valor de troca). Essa troca de mercadorias – em suas formas primitiva ou complexa – é um dos fatores de desenvolvimento do "círculo de vínculos naturais de caráter social, incontrolável pelas pessoas atuantes" (MARX, 1988, p. 98). Marx (1988, p. 121) afirma, ainda, que a "circulação de mercadorias é o ponto de partida do capital. Produção e circulação de mercadorias, comércio, são os pressupostos históricos sob os quais ele surge". As relações sociais da sociedade capitalista –

⁷⁸ Certamente, tal apreciação também depende bastante do referencial a partir do qual são montados os grupos, qual seja, o salário mínimo. Por ter havido um aumento real (em comparação com a inflação) do salário mínimo a partir de 2004, tornou-se mais restrito o acesso a grupos que possuísem mais de 5 ou de 10 salários.

na qual todas as Fases expostas na seção 2.1 estão inseridas – ocorrem, portanto, em determinação da forma de circulação da mercadoria (M-D-M, onde M é mercadoria e D é dinheiro), mas, por não existir mais em sua forma pré-capitalista (ou capitalista primitiva), é guiada também em função da forma segunda da circulação de mercadoria, onde há transformação do dinheiro em capital (D-M-D', onde D é dinheiro, M mercadoria e D' é o dinheiro valorizado⁷⁹).

Essa formulação é fundamental para este trabalho, pois é através da forma M-D-M que se dá o consumo dos bens, consumo das mercadorias vendidas no mercado de consumo. Enquanto apenas o capitalista utiliza-se da geração de capital em proveito próprio, todas as classes, para consumir (seja bens essenciais, excedentes ou supérfluos), utilizam-se da circulação de mercadoria.

A circulação simples de mercadorias – a venda para a compra – serve de meio para um objetivo final que está fora da circulação, a apropriação de valores de uso, a satisfação de necessidades [o consumo]. A circulação do dinheiro como capital é, pelo contrário, uma finalidade em si mesma, pois a valorização do valor só existe dentro desse movimento sempre renovado. Por isso o movimento do capital é insaciável. Como portador consciente desse movimento, o possuidor do dinheiro torna-se capitalista. Sua pessoa, ou melhor, seu bolso, é o ponto de partida e o ponto de retorno do dinheiro. O conteúdo objetivo daquela circulação – a valorização do valor – é sua meta subjetiva, e só enquanto a apropriação crescente da riqueza abstrata é o único motivo indutor de suas operações, ele funciona como capitalista ou capital personificado, dotado de vontade e consciência. O valor de uso nunca deve ser tratado, portanto, como meta imediata do capitalismo. Tampouco o lucro isolado, mas apenas o incessante movimento do ganho. (MARX, 1988, p. 125)

No caso de um possuidor de mercadoria, o M que ele oferece ao não possuidor desta mercadoria para obtenção de D é um bem que se pode dispor, para, enfim, lograr consumir o que lhe é necessário para manutenção básica da vida. Ao indivíduo que lhe parece nada possuir para oferecer, o que se lhe oferece como M é sua própria força de trabalho, através da qual o capitalista valorizará (pela mais-valia) D em D', na segunda circulação da mercadoria. Marx (1988, p. 165-177) então distingue o valor de uso da força de trabalho pelo valor que é pago pelo trabalho (salário), vez que o valor de uso da força de trabalho deve, necessariamente, gerar mais-valia para valorização de D e a transformação do dinheiro em capital. A partir disso, a distinção é feita entre trabalho necessário e mais-trabalho, sendo aquele a força de trabalho

⁷⁹ Marx expõe: "Afirmar que a mais-valia para os produtores surja de que os consumidores pagam as mercadorias acima do valor significa apenas mascarar a simples frase: o possuidor de mercadorias possui como vendedor o privilégio de vender caro demais" (1988, p. 131), sendo necessária a atuação da força de trabalho para valorização do capital (MARX, 1988, p. 148-56).

dispensada pelo trabalhador por tempo suficiente para que lhe retorne um sustento "dos meios necessários à [sua] manutenção" (MARX, 1988, p. 137), e o mais-trabalho o dispêndio da força de trabalho em prol da produção da mais-valia – momento em que o capitalista deixa de pagar o trabalhador e o trabalhador passa a dar dinheiro em forma de capital àquele.

Nesta forma de análise, o distanciamento entre os estratos F1-a-F7 em relação à quantidade de sua renda destinada unicamente para o consumo é significativo. Segundo o DIEESE, o salário mínimo necessário para que um trabalhador possa obter "o conjunto de bens alimentícios básicos" (segundo metodologia própria de tal departamento), no final do ano de 2008, era de R\$2.141,08. Portanto, seria crível que a separação entre trabalho necessário e mais-trabalho deixasse esse valor mínimo para subsistência digna ao trabalhador. Contudo, no mesmo ano (2008), os estratos F1-a-F3 (portanto, 87,91% da população) tinham um rendimento médio abaixo desse valor mínimo para o consumo essencial.

Em verdade, o rendimento abaixo desse mínimo não advinha sequer do próprio trabalho – mais de 50% do rendimento total do estrato F1, p.e., era oriundo de "transferências" (em sua maior parte, uma soma de aposentadorias ou pensões do INSS, programas de transferência de renda do governo federal e pensões alimentícias ou doações) ou de "rendimento não monetário" (o que não é especificado pelo IBGE, mas tampouco poderia compor o dinheiro D para a troca final D-M por mercadoria para consumo, vez que o consumo é medido como "despesa monetária"). Nos estratos F2 e F3, o trabalho remunerado passava a ser componente maior do que 50%, sendo 51,5% e 59,6%, respectivamente.

É importante ressaltar algumas peculiaridades dos dados apresentados pelo IBGE na Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF), que baseia tal análise. Não há uma separação do que é de fato salário e o que é "lucro" auferido através da extração da mais-valia (ainda que ambos sejam distintos), mas se separa uma categoria de origem de rendimento que seria "Rendimento do trabalho – empregador"; tal categoria apresenta composição de mais de 3% apenas a partir do estrato F4 (3,4%), alcançando o valor médio máximo de 11,5% dos rendimentos em F7, sendo que a categoria "Rendimento do trabalho" (composta nas subcategorias "empregado", "empregador" e "conta própria") corresponde a mais de 60% nos estratos F4-a-F7. A única dessas categorias que apresenta uma média semelhante para todos os estratos (de 12,3% no total, variando de 14,6% em F1 a 9,9% em F7) é o rendimento do trabalho feito por conta própria. Assim, presume-se que, nos conceitos marxistas, lograr o rendimento através da mais-valia obtida diretamente do trabalho individual é um privilégio de poucos indivíduos no Brasil. Contudo, a análise nominal de outros rendimentos tende a expor melhor a distância dos estratos. Tratando-se de uma média, é possível verificar que os 9,9% de

rendimento obtidos pelo estrato F7 unicamente como "valorização do ativo" – a saber, R\$1.787,97 – (portanto, outra maneira de se obter a forma D-M-D') é superior à média do total dos rendimentos dos estratos F1-a-F3 – quais sejam, R\$544,21, R\$1.034,06 e R\$1.772,54, respectivamente.

É de se esperar, portanto, que o modo de utilização desse rendimento total leve à maior concentração de renda e ao distanciamento entre os estratos. Conforme exposto na seção anterior, enquanto os estratos F1-a-F4 consomem mais de 85% do total de sua renda – cujo valor nominal é demasiadamente inferior ao dos demais estratos –, somente os estratos F6-e-F7 destinam menos de 70% de seu rendimento unicamente ao consumo (sendo que somente F5-a-F7 tem mais de 10% de seu rendimento livre das chamadas "despesas correntes").

Disso, conclui-se que os estratos menos abastados, para que vivam com relativa dignidade (ainda que sem luxos), devem ou socorrer-se de outras fontes (crédito) que podem gerar o superendividamento ou deixar de consumir em detrimento da própria força de trabalho (que deixa de ser aquela socialmente aceitável e se torna deteriorada e, portanto, de menor valor). Contudo, não se abandona a forma M-D-M, sendo M a força de trabalho (ou outra forma de rendimento), D o rendimento e M os bens consumidos no mercado de consumo. Essa forma é inserida, invariavelmente, na subsequente D-M-D', seja quando por D-M, quando se vende matéria-prima ou força de trabalho, seja por M-D', quando se consome o bem (incluindo produto e mais-produto) produzido através de sua valorização. Nota-se que, ainda que o rendimento dos estratos mais abastados seja auferido através de sua força de trabalho, não se despende todo o rendimento na equação D-M, ou M-D' (do viés do capitalista), o que possibilita a realização do excedente em D para que se atue no mercado exclusivamente financeiro do capital (D-D') ou para que se torne capitalista.

Os indivíduos que consumiram toda sua renda, tendo-a obtido através do trabalho, venderam sua força de trabalho pelo seu salário (v)⁸⁰, dando (também através de sua força de trabalho) a mais-valia ao capitalista, tendo um decréscimo em sua fórmula M-D (força de trabalho-salário). Contudo, obtiveram D como salário, o qual utilizaram para consumir produto [D-M], se não do mesmo capitalista, de outro capitalista (nacional ou estrangeiro), pagando-se o valor pelo produto e o mais-produto. Deixou-se com o capitalista, ao final do consumo, a força de trabalho gasta como mais-trabalho (gerando a mais-valia) e o seu equivalente gasto como trabalho necessário, que ao menos teria gerado alguma satisfação das necessidades

⁸⁰ Tendo-se, por base, a fórmula " $C + m = \text{preço do produto}$ ", onde C é o capital e m é a mais-valia, sendo C composto pela soma do capital fixo c (matéria-prima, insumos e todos os equipamentos utilizados na produção) e do capital variável v (que é o valor pago pela força de trabalho) [$C = c + v$] (MARX, 1988, p. 165-171).

básicas. Nota-se, com isso, que o capitalista obteve para si todo o valor da força de trabalho⁸¹, e o trabalhador pôde apenas sobreviver um tempo mais para que possa novamente (e livremente) vender sua força de trabalho.

A relação de consumo – oriunda da sociabilidade capitalista, pelas trocas e pela forma-mercadoria – é, portanto, diretamente relacionada com a relação de produção capital-trabalho. Afirma Sodré (2009, p. 10): "Trabalhadores, produtores e consumidores, eis os atores sociais da economia do mundo moderno". As relações entre esses atores é, porém, desigual.

Da relação trabalho-capital nasceu o direito do trabalho. Da relação produção-consumo está nascendo o direito do consumidor. Mas semelhança não é igualdade: o primeiro surge no fim do século XIX; o segundo em meados do século XX e ainda está em construção. Além disso, como já afirmado, os consumidores não formam uma classe social. Só isso já aponta diferenças significativas. [...]

Uma segunda verdade pode ser afirmada: o direito do consumidor é uma resposta aos novos problemas que a sociedade de consumo trouxe, os problemas na demanda que nasceram do desenvolvimento da sociedade industrial. Estamos falando de algo muito específico: das dificuldades e riscos que as pessoas sofrem, ou podem sofrer, pelo simples fato de terem nascido em uma época em que tudo se transforma em mercadoria a ser comercializada. E em grande velocidade. (SODRÉ, 2009, p. 12)

Ao afirmar que os consumidores não formam uma classe social, deve-se ter em mente que existem apenas as classes dos trabalhadores e dos capitalistas. Assim, sobre a relação desses atores entre si no mundo jurídico, pode-se afirmar que

Se o empresário vende a mercadoria para o trabalhador, então ela tem como destino o consumo pessoal. Trata-se de contrato de consumo e conseqüentemente do direito do consumidor. O dinheiro que proveio do trabalhador é o encerramento do ciclo M-D-M que se iniciou no momento em que este vendeu sua força de trabalho ao capitalista. Se o empresário vende sua mercadoria a outro capitalista, então ela deve ingressar como matéria-prima no processo produtivo de outra empresa. Tem-se contrato empresarial e conseqüente direito empresarial. (CASALINO, 2013, p. 166-167)

⁸¹ Ainda que não se possa verificar essa situação em relações demasiadamente complexas como são as da sociedade capitalista da hipermodernidade, pode-se ter aqui, como exemplo, a relação do trabalhador rural, que é obrigado a obter seus bens de subsistência na loja de seu patrão, lá gastando todo o seu salário ou mais. No final, não houve perda ao patrão. Em outras palavras: "O auge desta servidão é que somente como *trabalhador* ele [pode] se manter como *sujeito físico* e apenas como *sujeito físico* ele é trabalhador" (MARX, 2010, p. 82).

O autor, contudo, completa em nota que "[é] possível, finalmente, que o capitalista venda a mercadoria a outro que a utilizará para consumo pessoal. Nesse caso, o dinheiro do último não funciona como dinheiro-capital, mas como simples renda pessoal." (CASALINO, 2013, p. 167). Portanto, ambas as classes distinguidas na relação capital-trabalho podem deparar-se, na relação de consumo, na condição de consumidor, na qual a relação jurídica é resolvida nos mesmos termos e conceitos. O denominador comum é, portanto, o consumo, ainda que o consumo seja totalmente distinto em seu conteúdo. Destarte, a ampliação do consumo e do direito de consumir traz a sensação, ao trabalhador – mormente, ao que auferia maior renda –, de uma igualdade entre este e o capitalista, uma sensação de igualdade material e não meramente legal (formal). Ao ampliar o consumo, então, causa-se maior abstração da realidade, maior conciliação entre as classes (seja esse fator bom ou ruim). É necessário lembrar, contudo, que não se torna capitalista ao consumir como o capitalista, seja em qualidade ou quantidade.

As fases de consumo expostas por Lipovetsky não somente nos situam em melhor grau na realidade atual, como podem dar novo viés sobre essa relação de consumo entre capitalistas e trabalhadores no passado. A Fase I, embora passasse a incorporar em diversos ramos do consumo a forma-moda, restringia-se a poucos indivíduos (se em comparação com a totalidade dos habitantes dos países europeus e dos novos continentes). Afirma-se, portanto, que nessa fase o consumo do trabalhador era exatamente (e não mais que) o consumo para a necessidade da manutenção de sua força de trabalho e sustento da própria família, restando aos capitalistas (e aos que lhes eram próximos) o consumo para satisfações pessoais excedentes (leia-se prazer). Passadas duas grandes guerras e uma crise do capital, o Estado de bem-estar social trouxe, com a Fase II, o consumo supérfluo e hedonista para um maior número de pessoas, que poderiam consumir além da sua necessidade (sempre com esta subsistência garantida) nas sociedades do centro do capitalismo e em parte da elite da periferia.

A Fase III, além de garantir uma aceleração do consumo – pela expansão da forma-moda, o que foi necessário para garantir um alto volume de produção a uma economia que enxergava relativa estagnação no horizonte –, estendeu o consumo em sua última forma aos países periféricos do capitalismo (ocidentalização conforme a seção 2.2). Tais condições, quando presentes nesses novos países, tornaram as condições preexistentes (como a desigualdade social) mais gritantes, vez que as distinções passaram a ser mais nítidas – mormente, pela existência de poucos capitalistas nacionais, os quais rapidamente conseguiram se apresentar como associados do capital internacional e coligados ao Estado.

O nascimento da sociedade de consumo não se dá da mesma forma nos países centrais e nos países periféricos, e, assim, também a proteção dessa sociedade – ou seja, dos consumidores – surge de forma distinta. Tendo um consumo estabelecido desde o século XVIII e a sociedade de consumo moderna (Fase I) desde o século XIX, os conflitos sociais relacionados ao consumo nos países centrais surgem antecipadamente e permitem o desenvolvimento de entidades em defesa dos consumidores, ainda que o reconhecimento de direitos específicos dos consumidores pelo Estado seja fortalecido apenas na segunda metade do século XX, com a internacionalização dessas entidades de defesa (SODRÉ, 2009, p. 22-23). De todo modo, essas entidades não se impunham socialmente como uma classe – tal qual fizeram historicamente os sindicatos –, seja porque faziam parte (majoritariamente) da classe dominante, seja pelo seu fim último (buscar um consumo não desvantajoso de produtos do capital), seja até mesmo pela impossibilidade de seu estabelecimento como classe social (por aglutinar, em tese, as duas classes mais conflitantes⁸²).

A construção do direito do consumidor advém, portanto, dos conflitos sociais. O que baseia a origem desse ramo do direito é a ideia de desigualdade entre produtores (capitalistas, e não os trabalhadores) e consumidores. Afirma-se, nessa origem, que quem deve reequilibrar a situação social de desigualdade é o Estado, mormente através do Direito, por buscar proteger os mais fracos dessas relações sociais. Antes da especificidade do pensamento jurídico de consumo (construção do direito do consumidor), o que regula as trocas de mercadoria é o direito civil, o qual tem por ideia a igualdade entre os que nele se socorrem. "Ao tratar com igualdade partes tão desiguais como consumidores e fornecedores, o direito civil toma partido do mais forte na relação cotidiana. O direito do consumidor é o direito dos desiguais, e por isso ele supera o direito civil". (SODRÉ, 2009, p. 30-31)

Torna-se, momentaneamente, à crítica pela *práxis*, proposta na seção 3.1. A partir de tal crítica, nem o direito, nem o Estado poderão socorrer ou proteger o indivíduo contra a força do capital. Para que haja consumo, é necessário que o bem (produto ou serviço) seja mercadoria. Por sua vez, para que o bem seja mercadoria, é necessário que o indivíduo seja autônomo e livre como sujeito de direito – forma jurídica desdobrada da forma mercadoria – para poder efetuar contrato de compra e venda com outro sujeito de direito igualmente autônomo e livre; é necessária a existência da vontade (PACHUKANIS, 2017, p. 117-121). Eis o papel do direito. O que assegurará a existência dessa condição de sujeito de direito (para que as relações sociais do capitalismo prossigam sem que as formas do sistema sejam contestadas), garantindo essa

⁸² Como afirma Marx (2010, p. 79), "[...] no final das contas, toda a sociedade tem de decompor-se nas duas classes dos *proprietários* e dos *trabalhadores* sem propriedade" (destaques do original).

qualidade jurídica e o cumprimento de seus vínculos, com real efetividade e aparatos coercitivos, é a forma política desdobrada da forma mercadoria (MASCARO, 2013, p. 20-21) – eis o papel do Estado.

Portanto, se se diz que não há proteção do indivíduo contra a força do capital, é porque a atuação do Estado em relação à ampliação dos direitos (nesse caso, a criação do direito do consumidor) se realiza a favor do capital, e jamais contra este, de modo a acomodar uma situação conflituosa da realidade social. Tal conflito originou-se de abusos do capital contra os consumidores. A mera situação de sujeito de direito em suposta igualdade – igualdade formal garantida pelo direito civil – não apenas era insuficiente, mas escancarava verdadeiras desigualdades (já explicitadas na relação capital-trabalho). A necessidade do estabelecimento de proteção jurídica específica ao consumidor pelo Estado é, então, a acomodação que possibilita a manutenção próspera do sistema capitalista em uma de suas relações essenciais [M-D]. Ressalta-se, entretanto, que essa acomodação é um ajuste feito de modo a corrigir problemas iminentes nas relações sociais existentes⁸³.

De modo distinto, a cultura de consumo latino-americana nasce, contudo, de fora para dentro. A periferia insere-se na sociedade de consumo nos moldes do centro (ocidentalização). Como explica Sodré (2009, p. 36) "independentemente do fato de o país ter um desenvolvimento industrial acentuado, podemos dizer que em toda a América Latina acontecem relações de consumo a partir da inserção desses países no sistema da sociedade de consumo capitalista". O autor explica, ainda, que o surgimento do amparo do direito do consumidor – notando que todo amparo do direito é atrasado em relação aos fatos sociais – na América Latina ocorre com imenso atraso. Enquanto os discursos estatais em favor da proteção dos consumidores, por conta do impacto internacional, eram feitos nos EEUU na década de 1960 e tornaram-se consenso no direito internacional na década seguinte, ainda no final da década de 1980 discutia-se no Brasil como seria possível a formalização jurídica dessa proteção. Em texto publicado originalmente em 1986, Fábio Konder Comparato (2011, 188) afirma que

[...] duas orientações se manifestam, no direito comparado. Existe, de um lado, toda uma série de sistemas jurídicos em que a lei fixa, de modo taxativo disposições de ordem pública regendo os contratos em série, nos quais uma das partes é um empresário e a outra um consumidor privado. De outro lado há sistemas de direito em que a lei se limita a editar o princípio das vedações das cláusulas contratuais não-equitativas, deixando à Justiça ou à própria

⁸³ Ainda que se possa tomar as relações sociais do capitalismo como um processo ideológico e psicológico da construção histórica que é dada no presente, deve-se ter em mente que tais relações são fatos materiais essenciais (PACHUKANIS, 2017, p. 88).

Administração Pública o encargo de declarar, em cada caso, se se está ou não diante de uma cláusula desse tipo.

Sodré (2009, p. 37-46) explica que tal dualidade, em termos amplos, dava-se pela possibilidade da constituição de um código, em tom genérico, uma lei geral como ocorreu na Espanha, em Portugal e, de certo modo, na França (ou seja, nos países centrais), ou em leis esparsas que tratariam de diversos temas específicos das relações de consumo, como na maioria dos países. Isso significaria concentrar princípios ou dispersá-los. Em relação à estipulação de um código, as "principais vantagens são: a facilidade da aplicação deste direito; o caráter didático que estas leis podem ter, o que auxilia na educação dos consumidores; e, o que me parece fundamental, a sistematização dos direitos de forma coerente a partir da ideia de princípios aglutinados". Continuando, o autor afirma que "em países não desenvolvidos a opção de legislar via lei geral pressupõe a avaliação de que esta é uma maneira de dar maior eficácia à lei no momento da aplicação da mesma".

As leis gerais, como foi o caso brasileiro com o Código de Defesa do Consumidor, tendem a não prever situações específicas – ou quando as prevê, tende a pô-las apenas como exemplos a serem ampliados – para que diversas situações sejam amparadas e norteadas por princípios legislados. Ainda que possam ser apontadas vantagens nesse tipo de legislação, a construção de uma proteção sólida ao consumidor através da jurisprudência abre caminho para desvantagens. Destaca-se como desvantagem a ampla possibilidade de discricionariedade nas decisões judiciais. Essa possibilidade é mascarada pela falsa neutralidade da técnica jurídica (SANTOS, 2017, p. 92-95). Como exemplo dessa desvantagem, há duas decisões diametralmente distintas para temas semelhantes, oriundas dos dois tribunais de maior alçada para questões cíveis no Brasil. Em março de 2016, o Superior Tribunal de Justiça decidiu, no julgamento do Recurso Especial de número 1.558.086, que as publicidades dirigidas a crianças eram abusivas (e, portanto, deveriam ser proibidas) quando vinculavam a venda de um produto (no caso, alimentício) ao universo lúdico infantil (no caso, desenho animado de amplo conhecimento público). Em agosto do mesmo ano, o plenário do Supremo Tribunal Federal, no julgamento da Ação Direta de Inconstitucionalidade 2.404, declarou a inconstitucionalidade de parte de um artigo de lei do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA – Lei nº 8.069 de 1990); por tal decisão, seria inconstitucional proibir a exibição de espetáculo "em horário diversos do autorizado", pois basta indicar a classificação etária e o responsável pela criança ou adolescente permitirá ou proibirá o consumo (seja de publicidade ou de programação própria de rádio ou televisão). Certamente, sem aqui medir o acerto ou desacerto de uma ou de outra decisão, a

publicidade de um bem alimentício ou a exibição de programa ou publicidade são fatos vinculados ao consumo, sendo, assim, tanto analisada em juízo através do prisma da legislação específica de crianças e adolescentes, bem como do direito do consumidor. Portanto, há notório descompasso ao proibir uma publicidade que se julga abusiva (que pode ser consumida pela criança com o responsável ao lado ou não) e permitir a exibição de qualquer conteúdo (violento ou sexual, v.g.) a qualquer horário (que, então, pode ser consumida pela criança com ou sem seu responsável legal).

A criação de uma disciplina jurídica para o consumo – ou de um direito do consumidor – é de grande relevância às relações sociais. Seja por um ou outro modo de legislar, o objetivo é cessar os conflitos sociais existentes – ou, em outras palavras, criar verdadeira acomodação para perpetuação do sistema capitalista. O direito brasileiro, como demonstrou, debatia ainda a criação de uma legislação específica no final da década de 1980. O direito do consumidor no Brasil foi contemplado na Constituição da República de 1988 e sua legislação específica⁸⁴ em 1990. Ainda em construção, esse ramo do direito tenta adequar juridicamente uma relação social bastante conflituosa, que envolve os setores público e privado, pessoas (tratam-se de sujeitos de direito, como exposto na seção 3.2) de todos os estratos sociais, pessoas naturais ou ficções jurídicas coletivas, sejam brasileiras ou não.

4.2 ADEQUAÇÃO JURÍDICA DO CONSUMO

A adequação jurídica brasileira para o consumo, após a evolução histórica demonstrada, é formalizada, em 1990, no Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078). Contudo, a proteção do consumidor foi consolidada anteriormente, na Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. No texto constitucional, a previsão de proteção ao consumidor dá-se em dois dispositivos distintos, a saber, como direito fundamental (no inciso XXXII do artigo 5º) e como princípio da ordem econômica (no inciso V do artigo 170)⁸⁵. Em ambos os dispositivos, o que se garante não é um "direito de consumir", mas a "defesa do consumidor". Sua colocação como direito fundamental dá inquestionável norte à aplicação de princípio da ordem econômica, pois define que "o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do

⁸⁴ Cujá elaboração foi prevista, no artigo 48 dos Atos das Disposições Constitucionais Transitórias, para 120 dias após a promulgação da Constituição.

⁸⁵ De certa maneira, a Constituição da República trata do consumidor também nos artigos 24, VIII (onde dispõe sobre a competência legislativa concorrente dos entes federativos para tratar sobre responsabilidade por dano ao consumidor), 150, § 5º (que trata sobre o direito de informação do consumidor em relação à incidência de tributos sobre mercadorias e serviços).

consumidor"; portanto, não se poderá falar em uma proteção ao consumidor guiada por uma ordem econômica liberal.

A ordem econômica nacional é um fato real guiado pela economia – pelas teorias econômicas e, principalmente, pela economia política –, é o mundo do ser. O viés jurídico a tratar dessa ordem econômica, ainda que no texto constitucional, dá-se no mundo do dever-ser (GRAU, 2015, p. 172), uma idealização, portanto. Nota-se, com isso, que está estabelecido o viés com que se é tratado o direito do consumidor no Brasil, qual seja, dentre os caminhos expostos na seção 3.1.2, o do juspositivismo. Eros Grau (2015, p. 173), contudo, afirma que a ordem econômica constitucional a partir de 1988 não pode ser reduzida aos princípios estritamente relacionados no artigo 170 da Constituição da República, tendo em vista que o próprio *caput* desse dispositivo funda a ordem econômica "na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa", assegurando "a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social", para somente então observar seus princípios específicos.

Sustentando não haver possibilidade de contradição real entre as normas constitucionais (devendo ser feita uma conformação na existência de conflitos internos), o autor afirma que, juntamente aos princípios específicos, estão "a dignidade da pessoa humana", "valores sociais do trabalho e da livre iniciativa", "construção de uma sociedade livre, justa e solidária", garantia do "desenvolvimento nacional", "erradicação da pobreza e da marginalização e a redução das desigualdades sociais e regionais", "liberdade de associação profissional ou sindical", "garantia do direito de greve", e "integração do mercado interno ao patrimônio nacional" – são, então, os dispositivos dos artigos 1º, 3º, 7º a 11, 201, 202, 218, 219, bem como os dos artigos 5º, LXXI, 24, I, 37, XIX e XX, 103, §2º, 149, e 225, todos da Constituição da República (GRAU, 2015, p. 190-2).

Eros Grau afirma que

não se pode visualizar a ordem econômica constitucional como produto de imposições circunstanciais ou meros caprichos dos constituintes, porém como resultado do confronto de posturas e texturas ideológicas e de interesses que, de uma ou de outra forma, foram compostos, para como peculiar estrutura ideológica, aninhar-se no texto constitucional. (2015, p. 190)

E continua:

Todo esse conjunto de princípios, portanto, há de ser ponderado, na sua globalidade, se pretendemos discernir, no texto constitucional, a definição de um sistema e de um modelo econômicos. A Constituição não é um mero agregado de normas; e nem se a pode interpretar em tiras, aos pedaços. Será

de todo conveniente, destarte, deitarmos a atenção a esse conjunto, o que, não obstante, importará o exame de cada qual de tais princípios, separadamente. (2015, p. 192)

Aduz-se, ainda, que o texto constitucional não tem o condão de ser descritivo, mas propõe um dever-ser, uma necessidade a ser alcançada (GRAU, 2015, p. 192-3). Nos termos de Canotilho ou Dworkin, respectivamente, Eros Grau (2015, p. 212) coloca que essa interpretação constitucional através dos princípios tem um caráter de "imposição" ou "diretriz", possuindo caráter conformador. Trata-se de uma constituição dirigente, voltada à transformação social⁸⁶ e que, portanto, exige a efetivação de políticas públicas para a consecução de seus objetivos. Destacam-se entre as diversas diretrizes "construção de uma sociedade livre, justa e solidária", "erradicar a pobreza e a marginalização e reduzir as desigualdades sociais e regionais", e a "justiça social". Isso é feito com um maior vínculo ao consumo em si, mas principalmente através de uma crítica à realidade social do hiperconsumo e à hipermodernidade.

Uma sociedade livre, justa e solidária refere-se a uma liberdade real, e não meramente formal, bem como (enquanto solidária) na coesão social conjunta, afastando a atomização da individualização (GRAU, 2015, p. 212). Nota-se, com isso, que a hipermodernidade traz consigo características opostas, ao psicologizar e individualizar os modos de vida de cada um. A erradicação da pobreza com redução das desigualdades sociais – ao que se liga o desenvolvimento nacional⁸⁷ – equivale à instalação de um modelo de Estado de bem-estar social, nunca visto no Brasil (GRAU, 2015, p. 215-216). Conforme discorreu-se nas seções 4.1 e 4.1.1, o efeito da hipermodernidade na realidade social brasileira, levando em conta, principalmente, o hiperconsumo estrutural, é diametralmente oposto a este objetivo constitucional. A justiça social (parte da primeira diretriz – sociedade livre, justa e solidária), cujo "social" deve ser encarado como composto do substantivo e não mero adjetivo, almeja, entre outras coisas, a superação da injustiça na repartição dos proveitos econômicos, com correções macroeconômicas perpetradas pelo Estado (GRAU, 2015, p. 224). Novamente, caminha-se em direção oposta quando se trata do hiperconsumo – mormente, o hiperconsumo de catástrofe.

⁸⁶ O próprio autor (GRAU, 2015, p. 215) explica que não se trata de uma ruptura – nem real, nem ideal – com a sociedade capitalista, mas de um aprimoramento desta, como uma revolução apenas para a modernização do capitalismo. Isso vai ao encontro dos conceitos de direito e de Estado como, ambos, constituintes e constituições do capitalismo.

⁸⁷ "Erradicação da pobreza e da marginalização, bem assim redução das desigualdades sociais e regionais, são objetivos afins e complementares daquele atinente à promoção (= garantir) do desenvolvimento econômico." (GRAU, 2015, p. 215).

Tornando especificamente ao direito do consumidor na ordem econômica, Eros Grau (2015, p. 248) defende que "a ideologia do consumo contemporizada [...] afeta todo o exercício de atividade econômica, inclusive tomada a expressão em sentido amplo". O autor ressalta então três aspectos, sendo um deles a conceituação do que seria o consumidor – devendo-se pensar em formas assimétricas da relação social, onde o consumidor tem "*posição de debilidade e subordinação estrutural* em relação ao produtor do bem ou serviço de consumo" (GRAU, 2015, p. 249; destaques do original) –, e outro é

atinente ao fato de que, considerando categorias não ortodoxas de interesses – interesses difusos, interesses coletivos, interesses individuais homogêneos –, a defesa do consumidor, tal qual outras proteções constitucionais, carrega em si a virtude capitalista de, ao institucionalizá-los, promover a atomização dos interesses do trabalho. (GRAU, 2015, p. 248) (grifo nosso)

O último aspecto é o não reconhecimento da proteção do consumidor como mera expressão de ordem pública, mas da necessária implementação normativa de caráter interventivo (GRAU, 2015, p. 249). Nesse sentido, tendo em mente, dentre os aspectos aqui ressaltados, a atomização (ou individualização) dos interesses, é possível jogar luz ao entendimento de Fábio Konder Comparato (2011). O autor afirma ser a dialética produtor-consumidor mais complexa que a do capital-trabalho, vez que uma medida que seja boa aos consumidores, mas afete em algum grau a produção (de modo a causar prejuízo para o capitalista, ou o repasse do prejuízo deste aos trabalhadores), sofrerá manifestações contrárias de consumidores que assumam sua postura ou de classe trabalhadora ou de capitalista – é o próprio consumidor voltando-se contra medidas favoráveis ao consumo ou a todos os consumidores. Comparato ressalta ainda – como aqui apontado na seção 4.1.1 – que a "consciência de classe é fruto de uma reflexão sobre a situação dos homens no ciclo de produção econômica, não no estágio do consumo de bens ou serviços. Nessa concepção a preocupação com a tutela do consumidor revela-se propriamente alienante". Completa-se que é demasiada ou excessivamente alienante, conforme o conceito de hiperindividualização (seção 3.2) – tendo o consumo mais como denominador comum entre as classes opostas, causando uma sensação de pertencimento a um lugar comum⁸⁸.

Sabendo quais são os objetivos do Estado brasileiro – externados em sua Constituição –, bem como tendo conhecimento das definições do hiperconsumo e da hipermodernidade, é

⁸⁸ Como consequência disso, a extensão do consumo, que é vista por muitos como avanço social, é tido por outros como deterioração de um ambiente social que anteriormente era signo de distinção de classes, vide TORRES, 2014, e PRATA, 2011.

possível afirmar que o direito brasileiro, através de seus órgãos políticos, tem o dever de combater o hiperconsumo. Ainda que se diga que o hiperconsumo nada mais é que o consumo tido em sua forma mais avançada ou no meio social mais moderno já observado, e que, portanto, a sua restrição ou seu impedimento seria diminuição da liberdade e óbice aos setores produtivos da economia, mais certo é afirmar que o direito econômico brasileiro teria, de fato, obrigação de tomar lado nesse embate – o lado, nesse caso, é o da Constituição. Primeiramente, destaca-se que eventual restrição de liberdade seria não uma restrição da liberdade real, tampouco da individual (ou subjetiva), mas da liberdade individualizante. Como debatido, o hiperconsumo traz consigo o hiperindividualismo, que é contrário à justiça social e à solidariedade, vez que não se trata apenas de buscar o próprio bem-estar, mas de apenas buscar um bem-estar de outrem (ou minimamente coletivo) quando não houver efeito negativo nenhum ao próprio bem-estar. Quanto ao óbice aos setores produtivos da economia, tal alegação nada mais é que expor os defeitos da economia neoliberal, a qual é insustentável sem que haja um consumo efêmero e contínuo que gere a obrigação de produzir itens – se fossem realmente usados conforme sua necessidade e não pela psicologização ou pelo "impulso do novo" – com reduzido valor de uso e excessivo valor (de troca).

A adequação jurídica constitucional brasileira do consumo – e, portanto, em seu dever-ser – afasta a possibilidade real da existência do hiperconsumo. Contudo, pôde-se notar que não somente existe o hiperconsumo, como também, após 29 anos da promulgação da Constituição da República, essa existência é prejudicial a mais de 80% da população brasileira. Longe de preencher os objetivos econômico-constitucionais, ocorre uma ininterrupta ampliação da desigualdade social entre os estratos mais distantes. Não se deve, com isso, afirmar que a realidade acontece à revelia do direito, mas tentar visualizar, ou mesmo alcançar, a participação do direito para que a realidade tenha se tornado completamente distinta daquela almejada ao final dos anos 1980. Tendo isso em mente, a investigação deve rumar para a tutela efetiva do direito do consumidor, ainda que de origem constitucional. O mencionado direito constitucional fundamental de proteção ao consumidor afirma que é o Estado quem tratará de tal proteção, mas o fará "nas formas de lei". Desta feita, é certo que a lei a que se refere, no caso brasileiro, é o Código de Defesa do Consumidor. Nota-se que, ao falar das proteções constitucionais, fala-se, na verdade, em direito constitucional – ou, até mesmo, em direito econômico, como no caso.

Para se falar em direito do consumidor é necessário falar de uma lei específica. A maioria dos teóricos do direito do consumidor entendem que há um contexto distinto das formulações tradicionais do direito – não se trata de soluções individuais, mas de soluções coletivas para os problemas coletivos da sociedade de massa. A ótica do direito do consumidor,

portanto, *a priori*, seria a dos interesses difusos e da proteção coletiva – nem pública, nem privada. Os interesses da sociedade ultrapassam os individuais, permitindo a participação da sociedade nas decisões quotidianas relacionadas às políticas públicas, ainda que em forma de opinião. Enquanto direito difuso ou coletivo, não se porá como neutro, mas se presta a defender o ator social que o denomina, no caso, o consumidor, como parte vulnerável e pela ótica da coletividade. Portanto, esse direito é, em tese, engajado com a solução efetiva dos conflitos sociais da sociedade moderna. Para que se possa ter tamanha abrangência – e o direito brasileiro traduz bem isso em sua codificação – é necessário que se vislumbrem princípios protetivos do consumidor, mormente, é importante que se legisle (ao modo do que se chamou de lei geral) por leis principiológicas. A análise que se deve fazer do direito do consumidor – vez que ele se propõe a tomar partido de quem deseja defender – é principiológica em seu início, mas sobretudo de eficácia ao seu final. Para manutenção da eficácia, os princípios não podem ser estáticos, mas devem se adequar à sociedade. Por ser principiológica, a legislação de defesa do consumidor deve ter supremacia em relação a outras legislações sempre que se tratar da relação produtor-consumidor (SODRÉ, 2009, p. 48-73).

A legislação brasileira de proteção ao consumidor (bem como a proteção constitucional), contudo, não surgiu como um desenvolvimento natural de sua sociedade. Como explicitado no final da seção 4.1.1, houve grande movimentação internacional para que os países da periferia do capitalismo passassem a tratar, de alguma forma e em algum grau, do direito do consumidor. Assim, em 1985, foi aprovada a Resolução nº 39/248 da Assembleia Geral das Nações Unidas, como diretrizes ao chamado terceiro mundo – as Diretrizes para Defesa do Consumidor. Insta observar que praticamente não havia organizações populares no Brasil que pudessem defender as demandas dos consumidores, ou exigir políticas favoráveis a estes. As diretrizes da ONU (Organização das Nações Unidas) previam, ainda que como políticas públicas possíveis e não determinações ou modelos legislativos, seis direitos básicos dos consumidores, a saber: proteção contra os riscos à saúde e segurança; proteção dos interesses econômicos; acesso à informação adequada a respeito dos produtos e serviços; educação para o consumo; reparação de danos; liberdade de associação e participação da sociedade civil organizada nos processos de tomada de decisões que a afetem. Posteriormente, em 1999, foi adicionado a estes a promoção de padrões de consumo sustentáveis (SODRÉ, 2009, p. 91-102).

O Código de Defesa do Consumidor brasileiro prevê, atualmente, princípios e direitos básicos, além de normas procedimentais ou proibitivas. Estatui-se – no artigo 4º – a Política Nacional de Relações de Consumo, que se destina ao "atendimento das necessidades dos

consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção dos seus interesses econômicos, a melhora da sua qualidade de vida" e ao atendimento de alguns princípios expressos, tais como o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor, ação governamental para proteção do consumidor (o que inclui incentivo à criação e desenvolvimento de associações representativas), educação e informação de consumidores e fornecedores, coibição e repressão de (todos os) abusos praticados no mercado de consumo, melhoria dos serviços públicos e estudo constante de modificações do mercado de consumo. Trata-se de uma extensa lista, que parece consolidar os objetivos constitucionais e doutrinários a respeito do tema. Em outra extensa lista, o artigo 6º estipula os direitos dos consumidores, como a proteção da vida, saúde e segurança, educação e divulgação sobre o consumo adequado de produtos e serviços, informação adequada e clara sobre produtos e serviços, proteção contra publicidade enganosa e abusiva, "prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos", acesso ao Judiciário e aos órgãos administrativos e facilitação da defesa de direitos. Novamente, o código em nada contraria a Constituição, tampouco as Diretrizes da ONU.

Contudo, a definição legislativa do direito do consumidor em nada alterou o cerne das relações sociais advindas do consumo, muito menos teve o condão de obstar as rápidas mudanças dessas relações. Em excelente coesão com sua natureza capitalista, as relações de consumo – antes vigidas pelo direito civil, igualando partes desiguais – soube, na prática, adequar-se bem e rapidamente à legislação protetiva ao consumidor. Fala-se em um tratamento coletivo, ou em direitos difusos, mas, ao final, o consumo dá-se no âmbito individual. Questiona-se, então, como se poderia tratar de maneira coletiva algo que é hiperindividualizante. A opção do direito do consumidor brasileiro foi de possibilitar o ajuizamento de ações coletivas ou ações de interesses coletivos (em sentido amplo). Portanto, quando existe um conflito, ou quando se depara com uma ilegalidade – ressalvando a possibilidade de se haver cometido um delito –, aciona-se o Poder Judiciário, competindo a cada consumidor lesado a procura pela reparação de seus direitos no âmbito jurídico. Esse feito é coeso, também, com a cultura brasileira – ainda que tenha ocorrido ampliação da judicialização de fatos quotidianos⁸⁹. O pensamento de boa parte dos consumidores no Brasil é coerente com a visão das teorias de Lipovetsky, vez que buscam maior ausência do Estado nas suas relações de consumo, senão quando ocorrem problemas; é neste momento que se socorrem

⁸⁹ Certamente, há mais vantagens que desvantagens em poder acionar o Estado pelo seu Judiciário para buscar o que julga ser a proteção ou satisfação de direitos próprios. Contudo, é inequívoca ampliação do número de processos judiciais após a promulgação da Constituição da República de 1988; ver, nesse sentido, AMARO e FRANÇA (2015).

do Estado e do direito. As demandas judiciais, com raras exceções⁹⁰, não deixam de ter um objetivo individual, ainda que se pretendam coletivas.

Partindo da premissa de que o direito do consumidor é ainda um direito em construção, excessivamente contemporâneo ainda se em comparação aos direitos sociais – surgidos entre os séculos XIX e XX –, é importante ter em mente que a cultura jurídica estabelecida – tal qual a cultura do povo como um todo – não será alterada com a elaboração de uma lei, ainda que com base constitucional, pelo menos não sem esforço, nem em tão pouco tempo. Soma-se a isso o fato de que a legislação brasileira para proteção ao consumo é de caráter principiológico e intencionalmente abrangente para que a construção desse direito seja jurisprudencial e permita a inclusão do maior número de fatos e relações jurídicas possíveis. Assim, sabendo que a construção desse direito até o presente momento foi feita jurisprudencialmente e, supostamente, com base nos princípios legais, não é de se surpreender que os magistrados formados antes do estabelecimento do Código de Defesa do Consumidor, ou em menos de vinte anos da criação desse direito no Brasil, tenham por base de suas decisões uma cultura jurídica civilista. Ainda que se afirme que o consumo é *per se* individualizante, não se olvida que o direito do consumidor busca a proteção dos indivíduos com alguns vieses coletivos ou sociais; o direito civil, por sua vez, tratará quase sempre – com exceção de uma suposta função social – da subjetividade jurídica em seu último grau.

Ressalta-se também que essa possibilidade de construção jurisprudencial do direito do consumidor facilita a adaptação deste direito aos fatos sociais contemporâneos. Questiona-se, porém, se essa adaptação é feita a favor ou contra o consumidor. Reitera-se que a hipermodernidade como um todo – e o hiperconsumo, especificamente – tem suas práticas sociais constituídas pela forma-moda, sendo sua essência mais impactante a efemeridade. A plástica adequação do direito do consumidor, ao mesmo tempo que permite que haja proteção estatal para todo e qualquer consumidor, por maior e mais rápida que tenha sido a alteração da realidade social, não traz consigo nenhum elemento concreto para que a cultura ocidentalizada

⁹⁰ Como exemplo, apresenta-se o mencionado Recurso Especial de número 1.558.086, cuja ação coletiva, iniciada por uma associação em defesa dos direitos de crianças e adolescentes, pôde fazer cessar uma propaganda considerada abusiva, em benefício de toda a coletividade. Contudo, pensa-se que, novamente, há um efeito individual – não intencional e nem voltado ao consumidor, mas ao fornecedor. Apenas um fornecedor foi atingido por uma medida estatal que beneficia um grande grupo de consumidores; ainda que se saiba sobre essa decisão (mormente por ter sido consolidada em tribunal superior), nada impede que diversos outros fornecedores incorram (como fazem corriqueiramente) na prática abusiva e somente a cessem quando forem compelidos pelo poder público. É possível contrapor o benefício ao coletivismo da decisão desse Recurso Especial ao que restou decidido na Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) já comparada com aquele. A ADI de número 2.404 foi julgada no sentido mais individualizante possível da matéria, isto é, deixar que cada responsável permita ou proíba um consumidor criança (ou adolescente) de consumir determinado conteúdo veiculado em rádio ou televisão, independentemente da faixa etária indicativa.

do capitalismo artista seja, se não rompida, suavizada. O direito do consumidor brasileiro é, portanto, perfeitamente adequado ao hiperconsumo, não o afastando (como seu próprio teórico julga ser necessário, ainda que no devir), mas incentivando, ampliando excessivamente a hiperindividualização. Esse direito do consumidor, como praticado no Brasil, é adequado à hipermodernidade e ao hiperconsumo de catástrofe, perpetuando suas estruturas; porém, contraria até mesmo sua origem constitucional enquanto parte da ordem econômica, vez que o intuito da Constituição era, mesmo através do direito do consumidor, promover uma melhor dignidade social ao povo brasileiro.

Em relação ao hiperconsumo em si – imaginando-se que em alguma instância ele não seja de catástrofe, nem estrutural –, não se discute nem se é boa ou ruim a forma existente, se deve ser feita sua ampliação à população excluída ou se deve ser rompida no âmago toda a relação individualizante de consumo. O que se explana é que, no atual momento, assim ocorrem as relações de consumo e o consumo em si – o que se deveria almejar não é tão somente o fim do *Homo consumans* alcunhado por Lipovetsky e Serroy (2015, p. 376) como "ser", mas o fim de um ser alienado. Essa alienação é fruto da excessiva abstração de conceitos – e de sentimentos, no caso do consumo em si que, no momento exato da compra, manifesta-se hedonisticamente – cuja única solução é individualizada – não permitindo verificar a totalidade do sistema em que se insere – e por meio de conceitos jurídicos também abstratos.

Existem duas possibilidades garantidas pelo direito do consumidor institucionalizado, a saber, as Diretrizes da ONU. São elas: a educação para o consumo, e a promoção de consumo sustentável. Ainda que possam parecer semelhantes, um viés crítico faz com que as semelhanças se esvaíam. Como explica Sodré (2009, p. 107)

A educação dos consumidores deve ter como objetivo a formação de pessoas conscientes e informadas, no sentido de que possam fazer respeitar seus direitos básicos. Nesse sentido, é necessário que exista uma política governamental que desenvolva programas de educação dos consumidores, bem como que a educação para o consumo faça parte dos currículos escolares. Os temas centrais deste programa de educação devem ser: saúde, nutrição, prevenção de doenças, adulteração de alimentos, segurança, rotulagem de produtos e informações sobre a legislação vigente.

A própria denominação de educação para o consumo estabelece que a intenção é de preparar e ensinar consumidores, que ficarão, em sua maioria, protegidos individualmente contra alguns malefícios do consumo, mas jamais preparar indivíduos ou uma sociedade para um confronto ao consumo. É, contudo, o consumo (nos moldes capitalistas) que causa, além da ampliação da desigualdade, a necessidade de um consumo sustentável.

Nos últimos 30 anos, a sociedade e as entidades de defesa dos consumidores começaram a enfrentar problemas novos acarretados pelo ingresso dos países na chamada sociedade de consumo. O principal deles diz respeito à relação entre os padrões de consumo e a proteção ambiental. [...]

Quando se fala em padrões de consumo sustentável, refere-se aos direitos coletivos da sociedade atual e das futuras gerações de sobreviverem com uma qualidade de vida satisfatória. A humanidade tem este direito e os atores da sociedade de consumo devem cumprir seus papéis visando atender este objetivo. [...]

É nesse sentido que a Agenda 21 estabeleceu, em 1992, dois objetivos amplos a serem perseguidos em relação ao tema: (a) a promoção de padrões de consumo e produção que reduzam as pressões ambientais e atendam às necessidades básicas da humanidade; e (b) o desenvolvimento de uma melhor compreensão do papel do consumo e da forma de se implementar padrões de consumo mais sustentáveis. (SODRÉ, 2009, p. 109-111)

O hiperconsumo é demonstrado, como se expôs na seção 2.3, através de diversos paradoxos. Muitos desses paradoxos expõem a possibilidade de executar um consumo em conformidade ao que se entende por consumo sustentável – isto é, o consumo de alimentação orgânica ou também mais saudável, a procura por produtos ou empresas que digam fazer bem para o ambiente, entre outros possíveis exemplos. Isso, contudo, não exclui um grande conjunto de outros consumidores que manterão ou ampliarão um consumo insustentável. Ladislau Dowbor (2007) alcunha esse tipo de consumo como irresponsável, sendo seu oposto, o que se deseja, um consumo inteligente. Segundo o economista, a solução é simples, mas demanda a atuação coletiva dos consumidores em uma verdadeira "redistribuição do esforço social". Nota-se, então, que não basta a alteração de um objetivo (no caso, consumo sustentável), mas de uma verdadeira transformação social, que leve em conta a totalidade do sistema vigente. Um exemplo em que isso se nota é Cuba, que "desde os fins da década de 1950, vive um regime socializante e que, por isso mesmo, não se preocupou com a temática da defesa do consumidor nos mesmos moldes que os demais países" (SODRÉ, 2009, p. 36). Sodré ressalta, em nota, que existe uma preocupação extrema com o "tema do consumo sustentável".

Levando-se em consideração a manutenção do sistema vigente – portanto, desconsiderando a realização de uma transformação social que rompa com o capitalismo através de uma revolução, como ocorreu em Cuba –, o que pode amenizar os efeitos do hiperconsumo estrutural ou de catástrofe é justamente a atuação social conjunta (como verdadeira classe social organizada em sua relação com o – mas não pelo – capital). Os consumidores são tidos como atores sociais individuais, ou representados através do poder público, entidades ou associações, cuja efetivação do direito é, novamente, individual. Ainda que se deseje que o consumidor esteja educado e que possa identificar o que lhe seria prejudicial no mercado de consumo, tal

objetivo não basta para a sociedade da hipermodernidade do capitalismo periférico. Insere-se, então, uma terceira possibilidade, a partir da atuação social, cujo anseio engloba o consumo sustentável. Havendo a possibilidade de se atuar judicialmente contra os fornecedores, e tendo em conta que os objetivos constitucionais não são meras expressões de ordem pública, mas sim direitos a serem perseguidos por toda população, poder-se-ia exigir do Estado (como fornecedor de serviços públicos) o atingimento dos consumos essenciais, de modo a erradicar a falta de acesso a esse tipo de consumo, sem os quais a sociedade brasileira continuará vivendo um hiperconsumo, mas em sua pior forma – *Penia*.

4.2.1 Lipovetsky no Direito do Consumidor Brasileiro

Alguns juristas brasileiros chegaram a tratar das teorias de Lipovetsky relacionadas ao direito do consumidor, tal como demonstrado na seção 2. Poucos autores abordam o hiperconsumo – ou a sociedade de consumo descrita por Lipovetsky – de uma maneira completa, o que por vezes pode causar distorções na compreensão da teoria, vez que, por sua demonstração por paradoxos, não há uma redução a conceitos únicos, como se todos os indivíduos agissem de igual maneira. Contudo, há quem o aborda de forma completa, como Luiz Fernando Afonso (2013, p. 28-31) ao tratar de um tema tão específico e caro como publicidade abusiva e proteção de consumidores idosos. A partir dos conceitos do teórico francês, a abordagem para tratar de publicidade é enxuta, mas completa. O autor, entretanto, deixa escapar nuances essenciais, como o conceito de verticalização social da influência (majoritariamente, da forma-moda) nos estratos sociais.

Como demonstrado na seção 2.1, de fato houve um momento histórico em que essa influência verticalizada era de grande impacto. Todavia, nota-se na contemporaneidade que tal fato não mais ocorre, pois, ainda que mantida a influência de grandes astros de diversos meios, muitas vezes há verdadeira aversão das modas, consumos ou estilos dos grupos sociais mais abastados pelos grupos sociais de menor poder aquisitivo. Em uma cidade como São Paulo, nota-se isso não somente pelas culturas distintas dos bairros das elites econômicas e os bairros periféricos, mas, principalmente, pelo consumo de música e demais culturas.

Sua análise carece, também, da apresentação das críticas feitas pelo próprio sociólogo francês às condições de realidade apresentadas por este. No caso da abordagem feita para o consumo brasileiro, por exemplo, não há uma apresentação da realidade social existente no

Brasil⁹¹. Uma análise jurídica de um texto legal, segundo as teorias juspositivistas, deve focar – seguindo um modelo de fonte kelseniana – numa situação abstrata, hipotética e ideal, o dever-ser. As doutrinas de direito do consumidor brasileiro não são – ou não podem ser – mera análise da legislação atinente ao consumo, mas devem trabalhar com os fatores reais da sociedade brasileira. Em contraexemplo, uma análise legislativa do trabalho pode excluir quem está desempregado (e não recebe seguro desemprego) ou quem trabalha por conta própria e não emprega ninguém; enquanto uma análise jurídica deve considerar o pleno emprego, os ditames econômicos e os fatores sócio-históricos. O direito do consumidor, na sua análise legislativa, por outro lado, não exclui nenhum indivíduo da população, por paupérrimo que seja, pois – além da defesa de interesses difusos – até mesmo a potencialidade de consumidor, ou a utilização de produtos sem a necessária aquisição financeira, ou a utilização de serviços públicos são bens jurídicos a serem protegidos em juízo (ou administrativamente).

O equívoco da análise pelo prisma do juspositivismo ético é, mais uma vez, a excessiva abstração da realidade, capaz de excluir a esmagadora maioria população brasileira – para a qual o consumo não é somente um prazer, mas um sofrimento (seja por não ser alcançado, por ser alcançado de modo deficitário, ou por uma insatisfação pessoal) –, tornando o dever-ser do direito do consumidor brasileiro, quando através da ótica do hiperconsumo, um devaneio idealista. Esse devaneio, contudo, pode não ser simplesmente accidental. A construção do direito brasileiro é, como a de qualquer sistema jurídico, social e histórica, o que implica dizer que as marcas históricas da sociedade brasileira podem ser encontradas nele. Vale, então, a mesma análise que se fez do hiperconsumo em relação à Constituição da República – isto é, a Constituição de 1988 tem o condão de romper as desigualdades históricas da sociedade brasileira, mas sua aplicação (através da lei e de decisões judiciais) esbarra no direito positivado tradicional.

É possível, então, lembrar da lição de Tércio Sampaio Ferraz Jr. (2014, p. 46-48), que afirma que o direito positivo é, de uma ponta a outra, ou seja, da sua criação à sua aplicação, constituído por decisões. Relembremos, ainda, que isso implica na subjugação (dominação) da vontade de quem recebe a decisão pela vontade de quem decide. Isso não surpreende, pois a disseminação da visão a partir da abstração da realidade (e, portanto, alienada), vez que a

⁹¹ Em consonância à crítica feita na seção 3.2, nota-se que esse fator pode ser oriundo de falhas na análise feita por Lipovetsky em sua obra, vez que falta para o francês "[...] referência a poderes concretos, conflitos estruturais, instituições políticas, desigualdades específicas, dominações sociais ou sujeitos com estratégias e interesses históricos reconhecíveis" (BENITO e RODRIGUES, 2010) [tradução livre de "[...] *referencia a poderes concretos, conflictos estructurales, instituciones políticas, desigualdades específicas, dominaciones sociales o sujetos con estrategias e intereses históricos reconocibles.*"].

construção do direito no Brasil – em que pese a conquista de avanços legislativos por meio de lutas sociais – é feita pelos estratos sociais mais abastados tanto na esfera legislativa, quanto na prática jurídica e na academia. Não é, então, possível que haja transformação social através do direito, tampouco é possível que com a baliza jurídica se chegue ao devir esperançoso de verdadeiras igualdades e liberdades. A organização social, se pensada verdadeiramente, é que deve agir para, no mínimo, lograr a cessação da exclusão da imensa maioria da população em relação aos consumos essenciais, rumando concomitantemente ao verdadeiro consumo sustentável, ambas situações que dependerão da renúncia parcial do *soi-même*; afastando-se das construções jurídicas teóricas feitas do ponto de vista da minoria numérica da população, que, a partir de sua realidade social, acaba criando um direito estrangeiro em solo nacional.

5 CONCLUSÃO

Sem qualquer demérito, Lipovetsky, ao descrever o hiperconsumo e a hipermodernidade, não faz um exercício de imaginação de uma realidade ideal ou futurística, nem de transformação da realidade concreta, tampouco teoriza o ser em um sentido metafísico, mas cria um estudo da realidade existente. Não se mira um futuro concreto, ainda que aponte a insuficiência das ruínas contemporâneas, bem como indica possível chave (a educação) para iniciar a caminhada ao porvir não catastrófico. Não por outro motivo, a visão jusfilosófica sobre a sua teoria deve colocá-la dentro de um grupo conservador, ainda que liberal. Conservador, pois não se teoriza sobre a desconstrução dos sistemas de dominações e de exploração contemporâneos; liberal, pois foca excessivamente na possibilidade de ampla liberdade individual ante a realidade social e de consumo.

A realidade existente para ele é, contudo, francesa. Não é, portanto, somente europeia, mas de um dos países que compõem, incontestavelmente, o centro do capitalismo, sendo considerado potência política e econômica em sua própria região, que já é central. Esse fator é de grande relevância, principalmente quando se tem em mente que o hiperconsumo pressupõe a completude do consumo essencial – isto é, a satisfação do consumo básico para sobrevivência humana digna – e que, na realidade francesa conforme apresentada por Lipovetsky, há uma maioria apta ao consumo em excesso e uma minoria pobre.

Disso, decorrem dois efeitos. O primeiro é de que, em razão do viés com ótica da realidade, há plena possibilidade de enquadramento das teorias da hipermodernidade em correntes jusfilosóficas específicas que, por sua vez, permitem adequar tais teorias ao estudo jurídico – seja ele dogmático ou não. O segundo é de que é finalmente possível adequar as teorias de Lipovetsky à realidade brasileira de consumo, vez que as teorias foram apresentadas dentro de seu contexto histórico-social e se notam condicionadas a ele.

Uma teoria que não se pretenda transformadora em nível macro (coletivo), mas se diga evolutiva em nível micro (individual), deve, certamente, ansiar pela utilização das normas – manutenção do macro – de maneira individual (direitos subjetivos). Assim, o hiperconsumo ao tratar do viés jurídico está em conformidade à realidade do direito brasileiro infraconstitucional, pois as soluções para os prejuízos aparecem para os consumidores de maneira singularizada, por meio de ação judicial ou procedimentos administrativos.

Vertendo-se da realidade jurídica para a realidade social, o hiperconsumo não se mostra adequado para o Brasil. Enquanto 2,29% da população pode se enquadrar no grupo de hiperconsumidores privilegiados, mimetizando o alto padrão de consumo europeu, 9,8% da

população aparece como hiperconsumidor moderado, qual pode mimetizar a forma do hiperconsumo, mas sem um padrão de luxo ou de gasto excessivo e despreocupado. Por outro lado, 87,91% dos consumidores são hiperconsumidores superendividados ou com restrição de consumo, os quais não podem mimetizar plenamente a forma ou o conteúdo do hiperconsumo, mas se contentam pela imitação de poucos grupos de consumo, mesmo com produtos apenas similares aos originais. Há, ainda, que se considerar que uma parcela da população é excluída da hipermodernidade, evitando o superendividamento ou sendo privada de qualquer tipo de consumo (mesmo de subsistência).

Levantou-se, no início deste trabalho, a hipótese de que o hiperconsumo se apresentava distintamente no Brasil e no centro do capitalismo. Contudo, sua forma é muito semelhante, se não idêntica. Não somente há hiperconsumo no país, como ele não é restrito apenas às classes dominantes, atingindo diversos (ou todos os) seguimentos sociais. O que se tem como problema para a realidade de consumo brasileira são os efeitos trazidos pelo hiperconsumo.

O hiperconsumo no Brasil acentua a desigualdade social através da ampliação da concentração de renda e do aumento do endividamento – torna-se, portanto, um problema crônico e que prejudica mais as camadas mais pobres da população. A cultura ocidentalizada (cultura-mundo) de incentivo ao hiperconsumo permeia a maioria dos signos sociais que chegam à população brasileira. Contudo, grande parte dessa população não tem acesso ao consumo básico, essencial à vida humana digna, mas serão afetados da mesma forma por esses signos.

Como supramencionado, o direito brasileiro infraconstitucional não se opõe ao hiperconsumo, apenas garante aos hiperconsumidores que eles terão uma proteção jurídica individual no caso de sofrerem qualquer prejuízo por conta do fornecedor ou do serviço/produto. Tal feito, contudo, é contrário ao escopo social constitucional – portanto, numa análise fática, as consequências da dogmática do direito do consumidor afrontam tanto a Constituição da República quanto o Estado Brasileiro, prejudicando seu povo.

Conclui-se que a teoria da hipermodernidade de Gilles Lipovetsky é aplicável ao Brasil com restrições relativas aos segmentos sociais – ou seja, é aplicável, mas não é adequada. Tais restrições não são em razão da existência da aplicabilidade da teoria, mas das consequências que podem ser confortáveis ou destrutivas. As possíveis soluções apresentadas até o presente momento mostram-se insuficiente por serem individualizantes e redundarem no incentivo ao hiperconsumo (ou à forma social dele, que se mostra pela hiperindividualização).

O Estado brasileiro possui, pois, uma tarefa de comando constitucional – e, portanto, com base jurídica para tal realização – a fim de implementar uma economia de consumo que se

vincule à psicologização (já existente), mas sem incentivo ao consumo insustentável, hedônico, hiperindividualizado. Enfim, sem o incentivo ao hiperconsumo. Ainda que seja possível falar em hiperconsumo na realidade brasileira, ele se apresenta mais como um fator negativo que como neutro ou positivo, devendo ser, portanto, combatido coletivamente.

REFERÊNCIAS

ABDALLA, C. C. **Rolezinho pelo Funk Ostentação**: um retrato da identidade do jovem da periferia paulistana. 2014. 101 f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Fundação Getúlio Vargas, Escola de Administração de Empresas de São Paulo, São Paulo, 2014.

ABRASCE. **Números do Setor**. Disponível em: <<http://abrasce.com.br/monitoramento/numeros-do-setor>>. Acesso em: 2 de mai. 2017.

AFONSO, L. F. **Publicidade abusiva e proteção do consumidor idoso**. São Paulo: Atlas, 2013.

ALMEIDA, S. L. **Sartre: direito e política: ontologia, liberdade e revolução**. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2016.

AMARO e FRANÇA, G. É preciso abandonar a ilusão de que tudo deve ser judicializado. **Consultor Jurídico**. Segunda leitura. 4 jan. 2015. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2015-jan-04/segunda-leitura-preciso-abandonar-ilusao-tudo-judicializado#author>>. Acesso em: 17 nov. de 2017.

AMUI, A. M. Shopping: a praia do paulistano ou a praia do consumo? **Revista da ESPM**. v. 18, ano 17, Edição n.º 1, p. 44-49, jan./fev., 2011.

ARENDT, H. **A condição humana**. Tradução Roberto Raposo. Revisão técnica e apresentação Adriano Correia. 13. ed. rev. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2017.

AUDIER, S. *Tocqueville retrouvé: Genèse et enjeux du renouveau tocquevillien français. Contextes. Éditions d'École des Hautes Études en Sciences Sociales. France: Librairie Philosophique J. VRIN e Éditions de l'EHESS, 2004.*

BASTOS, P. Z. Ortodoxia e heterodoxia econômica antes e durante a Era Vargas. p. 179-218 *In* BASTOS, P. Z.; FONSECA, P. C. D. (Orgs.). **A Era Vargas: desenvolvimento, economia e sociedade**. São Paulo: Editora Unesp, 2012.

BENITO, L. E. A.; RODRÍGUEZ, C. J. F. *Consumo e hipermodernidad: una revisión de la teoría de Gilles Lipovetsky*. **Anuario Filosófico**. nº 43, vol. 2. p. 325-351. 2010. Disponível em: <<https://www.unav.edu/publicaciones/revistas/index.php/anuario-filosofico/article/view/1393>>. Acesso em: 20 nov. 2017.

BERGSTEIN, L. G. Obsolescência programada: breves notas. **Migalhas**. De Peso. Disponível em: <<http://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI173165,81042-Obsolescencia+programada+breves+notas>>. Acesso em: 24 abr. 2017.

BERNHEIM, E. *De l'existence d'une norme de l'anormal. Portée et valeur de la recherche empirique au regard du droit vivant: une contribution à la sociologie du droit*. **Les Cahiers de droit**. p. 461-496. Vol. 52, número 3-4, set.-dez. 2011. Disponível em: <<https://www.erudit.org/en/journals/cd1/2011-v52-n3-4-cd5004785/1006694ar.pdf>>. Acesso em: 28 out. 2017.

BESSA, L. R.; e MOURA, W. J. F.; (coord.) SILVA, J. P. da. **Manual de direito do consumidor**. 4ª ed. Brasília: Escola Nacional de Defesa do Consumidor, 2014. Disponível em: <<http://www.defesadoconsumidor.gov.br/images/manuais/manual-do-direito-do-consumidor.pdf>>. Acesso em: 24 abr. 2017.

BIONDI, P. **Capitalismo e direitos humanos de solidariedade**: elementos para uma crítica. 2015. 359f. Tese (Doutorado em Direitos Humanos) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

BRAGA, P. **O Processo da Hipermodernidade**. 2010. 81 f. Dissertação (Mestrado em Filosofia) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor**. (Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990). Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078compilado.htm>. Acesso em: 15 nov. 2017.

_____. **Constituição da República Federativa do Brasil (1988)**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em: 15 nov. 2017.

_____. **Estatuto da Criança e do Adolescente** (Lei n.º 8.069 de 13 de julho de 1990). Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8069Compilado.htm> Acesso em: 15 nov. 2017.

_____. Ministério da Fazenda. Secretaria de Política Econômica. **Relatório da Distribuição Pessoal da Renda e da Riqueza da População Brasileira: Dados do IRPF 2014/2015**. 20p. Mai. 2016. Disponível em: <<http://www.spe.fazenda.gov.br/noticias/distribuicao-pessoal-da-renda-e-da-riqueza-da-populacao-brasileira/relatorio-distribuicao-da-renda-2016-05-09.pdf>>. Acesso em: 30 out. 2017.

_____. **Superior Tribunal de Justiça**. Recurso Especial nº1.558.086 / SP, da Segunda Turma do Superior Tribunal de Justiça, Brasília, DF, 10 de março de 2016. Disponível em: <<https://ww2.stj.jus.br/processo/pesquisa/?termo=1558086&aplicacao=processos.ea&tipoPesquisa=tipoPesquisaGenerica&chkordem=DESC&chkMorto=MORTO>>. Acesso em: 15 nov. 2017.

_____. **Supremo Tribunal Federal**. Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 2.404 / DF, Plenário do Supremo Tribunal Federal, Brasília, DF, 31 de agosto de 2016. Disponível em: <<http://www.stf.jus.br/portal/jurisprudencia/listarConsolidada.asp?classe=ADI&numero=2404&origem=AP>>. Acesso em: 15 nov. 2017.

CAMPOS, A. C. IBGE: celular se consolida como o principal meio de acesso à internet no Brasil. **Agência Brasil**. Geral. Empresa Brasileira de Comunicação. 22 dez. 2016. Rio de Janeiro, 2016a. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-12/ibge-celular-se-consolida-como-o-principal-meio-de-acesso-internet-no-brasil>>. Acesso em: 12 nov. 2017.

_____. Número de pessoas que têm celular aumenta 147% em dez anos, diz IBGE. **Agência Brasil**. Geral. Empresa Brasileira de Comunicação. 22 dez. 2016. Rio de Janeiro, 2016b. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-12/numero-de-pessoas-que-tem-celular-aumenta-147-em-dez-anos-diz-ibge>>. Acesso em: 12 nov. 2017.

CANALTECH. Brasil é o país que mais usa redes sociais na América Latina. Redação. 20 jun. 2016. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/redes-sociais/brasil-e-o-pais-que-mais-usa-redes-sociais-na-america-latina-70313/>>. Acesso em: 12 nov. 2017.

CASALINO, V. G. **O direito e a transição**: a forma jurídica na passagem do capitalismo ao socialismo. 2013. 470f. Tese (Doutorado em Filosofia e Teoria Geral do Direito) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

COMPARATO, F. K. A proteção do consumidor. Importante capítulo do direito econômico. **Doutrinas essenciais de Direito do Consumidor**. Vol. 1, p. 185-196. Abr. 2011.

CNC – CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO. Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC) – janeiro 2017. **Pesquisas**. Disponível em: <http://cnc.org.br/central-do-conhecimento/pesquisas/economia/pesquisa-nacional-de-endividamento-e-inadimplencia-do-26?utm_source=akna&utm_medium=email&utm_campaign=Envio+Release+Peic+-+janeiro+de+2017>. Acesso em: 11 nov. 2017.

CRAIDE, S. Governo e Banco Mundial divergem sobre número de usuários de usuários de internet no Brasil. **Agência Brasil**. Geral. Empresa Brasileira de Comunicação. 14 jan. 2016. Brasília, 2016. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-01/governo-e-banco-mundial-divergem-sobre-numero-de-usuarios-de-internet-no>>. Acesso em: 12 nov. 2017.

DAROS, W. R. **Três enfoques sobre el pasaje de la modernidad a la posmodernidad**. Rosário: Universidad del Centro Educativo Latinoamericano, 2015. Disponível em: <http://www.ucel.edu.ar/upload/libros/DAROS_WR_Tres_enfoques_sobre_el_pasaje_de_la_Modernidad_a_la_Posmodernidad.pdf>. Acesso em: 3 nov. 2017

DEL MASSO, F. **Curso de Direito do Consumidor**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

DIEESE – Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. Pesquisa nacional de Cesta Básica e Alimentos. Salário mínimo nominal e necessário. Disponível em: <<http://www.dieese.org.br/analisecestabasica/salarioMinimo.html>>. Acesso em: 15 nov. 2017.

DIÓGENES, Juliana. Haddad rebate Dória com críticas ao governo estadual: 'monotrilho é desastre urbanístico'. **Estadão**. São Paulo. 6 dez. 2016. Disponível em: <<http://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,haddad-rebate-doria-com-criticas-ao-governo-estadual-monotrilho-e-desastre-urbanistico,10000092907>>. Acesso em: 7 set. 2017.

DOWBOR, L. O consumo inteligente. *In* DOWBOR, L.; SILVA, H.; MENDES JR., R. (Orgs.). **Desafios do Consumo**. São Paulo: Ed. Vozes, 2007.

DUDLEY, W. **Idealismo alemão**. Tradução de Jacques A. Wainberg. 2ª reimpressão, 2013. Petrópolis: Vozes, 2007.

DUEÑEAS, D. C. *El derecho en la era de la virtualidad. Nuevas realidades, nuevo derecho virtual. Ars boni et aequi*. 2012. Ano 8, n. 2, p. 251-273. Disponível em: <<http://www.ubo.cl/icsyc/wp-content/uploads/2012/07/06-Dalia-Carretero.pdf>>. Acesso em: 3 nov. 2017.

FERRAZ JR., T. S. **A ciência do direito**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

FEUERBACH, L. **A essência do cristianismo**. Tradução e notas de José da Silva Brandão. Petrópolis: Vozes, 2007.

FURTADO, C. **Brasil: a construção interrompida**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

_____. **Em busca de Novo Modelo: Reflexões sobre a crise contemporânea**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

_____. **O Capitalismo global**. 7ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

_____. **O longo amanhecer: reflexões sobre a formação do Brasil**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.

_____. **Raízes do subdesenvolvimento**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2014.

GRAU, E. R. **A ordem econômica na constituição de 1988**. Interpretação e Crítica. 17ª ed. atualizada. São Paulo: Malheiros Editores, 2015.

HANCOCK, J. R. Porque nos mobilizamos pela França, mas nos esquecemos da Nigéria? **El País**. Internacional. 13 jan. 2015. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2015/01/12/internacional/1421078918_398000.html>. Acesso em: 9 set. 2017.

HEIDEGGER, M. **Conferências e Escritos Filosóficos**. Coleção os Pensadores. Consultoria de Marilena de Souza Chauí. Tradução de Ernildo Stein. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

HEWLETT, N. **Democracy in Modern France**. Reimpressão 2004. Londres, Nova York: Continuum, 2003.

IDEC – INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. Ciclo de vida dos eletroeletrônicos. Out. de 2013. Disponível em: <http://www.idec.org.br/uploads/testes_pesquisas/pdfs/market_analysis.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2017.

IGREJA CATÓLICA. Papa (2013: Francisco I). **Audiência Geral**. 29 out. 2014. Disponível em: <http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/audiences/2014/documents/papa-francesco_20141029_udienza-generale.html>. Acesso em: 26 out. 2017.

IPEA – INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Discussion Paper**. nº 226. *Housing Demand and Tenure Choice in Brazilian Urban Areas*. Elaborado por Maria de Piedade Morais, Bruno de Oliveira Cruz. Oct. 2017. Brasília: Ipea, 2017a. Disponível em: <http://ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/ingles/td_226.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2017.

_____. **Texto para Discussão**. nº 2329. Taxa de Poupança e Estabilidade da Renda das Famílias Brasileiras: Evidência Macroeconômica. Elaborado por Marcos Antonio Coutinho da Silveira, Ajax Reynaldo Bello Moreira. Set. de 2017. Brasília: Ipea, 2017b. Disponível em: <http://ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_2329.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2017.

_____. **Texto para Discussão**. nº 2333. Impactos macroeconômicos da expansão do crédito no Brasil: o período 2001-2011. Elaborado por Napoleão Silva, Eduardo Zilberman. Set. de 2017. Rio de Janeiro: Ipea, 2017c. Disponível em: <http://ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_2333.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2017.

JUVIN, H.; LIPOVETSKY, G. **A globalização ocidental**: controvérsia sobre a cultura planetária. Tradução de Armando Braio Ara. Barueri: Manole, 2012.

KANT, I. **Fundamentação da Metafísica dos Costumes**. Tradução Paulo Quintela. Lisboa: Edições 70, 2007.

LIMA, J. D. O que pensam dois urbanistas sobre a política de Dória de combate a pichações e pichadores. **Nexo**. Expresso. 22 jan. 2017. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/01/22/O-que-pensam-dois-urbanistas-sobre-a-pol%C3%ADtica-de-Doria-de-combate-a-picha%C3%A7%C3%B5es-e-pichadores>>. Acesso em: 7 set. 2017.

LIPOVETSKY, G. **A era do vazio**: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. Tradução Therezinha Monteiro Deutsch. Barueri: Manole, 2005a.

_____. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo. Tradução de Patrícia Xavier. 2ª reimpressão. 2015. Edições 70: Lisboa, 2006.

_____. **A sociedade pós-moralista**: o crepúsculo do dever e a ética indolor dos novos tempos democráticos. Tradução Armando Braio Ara. 1ª reimpressão. 2009. Manole: Barueri, 2005b.

_____. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Tradução de Maria Lucia Machado. 5ª reimpressão. 2016. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

_____. **Os tempos hipermodernos**. Tradução de Mário Vilela. 4ª reimpressão. 2011. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A estetização do mundo**: Viver na era do capitalismo artista. Tradução de Eduardo Brandão. 1ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LIPOVETSKY, G.; VIGARELLO, G. *L'individu plus que jamais...: Entretien avec Gilles Lipovetsky*. *Esprit*. n. 91/92 (7/8), Jul.-Ago. 1984, p. 69-79. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/24271541?seq=1#page_scan_tab_contents>. Acesso em: 26 out. 2017.

KLIMIS, S.; VAN EYNDE, L. *Littérature et savoir(s)*. Bruxelles: Publications des Facultés universitaires Saint-Louis, 2002.

MADRID, K. V. *La enfermedad celiaca no crece pero sí el consumo de productos sin gluten*. Saúde. **Diário de Sevilla**. 17 set. 2016. Disponível em: <<http://www.diariodesevilla.es/article/salud/2370241/la/enfermedad/celiaca/no/crece/pero/si/consumo/productos/sin/gluten.html>>. Acesso em: 7 out. 2016.

MASCARO, A. L. **Estado e forma política**. São Paulo: Boitempo, 2013.

_____. **Filosofia do direito**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

_____. **Filosofia do direito e filosofia política: a justiça ainda é possível**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MARQUES, C. L.; e CAVALLAZZI, R. L. Repensando o direito do consumidor: balanço do código de defesa do consumidor e o necessário diálogo das fontes na perspectiva de consolidação normativa do direito do consumidor. **Revista Jurídica da Presidência**. v. 10, nº 90, p. 01-38, abr./maio, 2008. Disponível em: <<https://revistajuridica.presidencia.gov.br/index.php/saj/article/view/256/244>>. Acesso em: 24 abr. 2017.

MARX, K. **Crítica da filosofia do direito de Hegel**. Tradução de Rubens Enderle e Leonardo de Deus. Supervisão e notas Marcelo Backes. 3. ed. São Paulo: Boitempo, 2013.

_____. **O Capital: crítica da economia política**. Tradução de Regis Barbosa e Flávio R. Kothe. Col. Os economistas. Vol. I. 3. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

_____. **Manuscritos econômico-filosóficos**. Tradução, apresentação e notas de Jesus Ranieri. 4. reimpr. São Paulo: Boitempo, 2010.

MÉSZÁROS, I. **A educação para além do capital**. Tradução Isa Tavares. 2 ed. São Paulo: Boitempo, 2008.

MILLER, D. Consumo como cultura material. Traduzido por Nicole Reis. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 13, nº 28, p. 33-63, jul.-dez. 2007.

O CAFEZINHO. Bresser-Pereira: "meu candidato à prefeitura de São Paulo é Fernando Haddad". **O Cafezinho**. Redação. Eleições 2016. 29 set. de 2016. Disponível em: <<http://www.ocafezinho.com/2016/09/29/bresser-pereira-meu-candidato-a-prefeitura-de-sao-paulo-e-fernando-haddad/>>. Acesso em: 7 set. 2017.

O PODER DO QUERER. Lojas Renner. Direção: Nando Olival. Diretor de Criação: Rodrigo Pinto. Diretora de Arte: Larissa Camabúva. Diretor de Fotografia: Will Echebehere. São Paulo: O2 Filmes, 2017. Filme digital para televisão (30 s), son., color. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=yIbLp1Fyfts>>. Acesso em: 2 mai 2017.

OURIQUES, N. D. **O colapso do figurino francês – a crítica às ciências sociais no Brasil**. Florianópolis: Insular, 3 ed., 2015.

OXFAM BRASIL. **A distância que nos une**. Um retrato das desigualdades brasileiras. Coordenação Katia Maia. Elaboração Rafael Georges. Revisão Wanda Brant. 25 set. 2017. Disponível em: <https://www.oxfam.org.br/sites/default/files/arquivos/Relatorio_A_distancia_que_nos_une.pdf>. Acesso em 7 nov. 2017.

PACHUKANIS, E. B. **Teoria geral do direito e marxismo**. Tradução Paula Vaz de Almeida. Revisão Técnica Alysson Leandro Mascaro e Pedro Davoglio. 1. ed. São Paulo: Boi Tempo, 2017.

PIERSON, L. C. C. **Lacan: Sujeito e Direito**. 2007. 70 f. Dissertação (Mestrado em Direito Político e Econômico) – Faculdade de Direito, Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2007.

PRATA, A. O aeroporto *tá* parecendo rodoviária. **Folha de S. Paulo**. Cotidiano. 19 jan. 2011. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff1901201104.htm>>. Acesso em: 17 nov. 2017.

RIBEIRO, L. J. A.; e ALMEIDA PRADO, T. B. Hip-Hop e Direitos Civis: o reflexo da cultura de resistência estadunidense na representatividade do negro brasileiro. p.346-379 *In* UMBACH, R. U. K.; LAVORATI, C.; e YOKOHAMA, A. (Orgs.). **Violência e resistência: problematizações estéticas**. Rio de Janeiro: Mares, 2016.

ROBL FILHO, I. N. **Direito, intimidade e vida privada: os paradoxos jurídicos e sociais na sociedade pós-moralista e hipermoderna**. Curitiba: Juruá, 2010.

SANTOS, B. A. **Neoconstitucionalismo e ativismo: a ideologia fadada ao fracasso do arbítrio**. 2017. 127 f. Dissertação (Mestrado em Direito Político e Econômico) – Faculdade de Direito, Universidade Presbiteriana Mackenzie.

SIGNORELLI, F. L. **A missão civilizatória dos direitos humanos: uma crítica da auto-alienação humana na era do capitalismo de desastre**. 2017. 82f. Dissertação (Mestrado em Direito Político e Econômico) – Faculdade de Direito, Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2017.

SODRÉ, M. G. **A construção do direito do consumidor: um estudo sobre as origens das leis principiológicas de defesa do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2009.

TELEPATIA. O Boticário. Direção: Fred Luz. Produção Executiva: Rafael Fortes e Flávia Zanini. Diretor Geral de Criação: Luiz Sanches. Diretor Executivo de Criação: Bruno Proserpi. Diretor de Criação: Rynaldo Gondim. Diretor de arte: Vinícius Valeiro. Redator: Tales Bahu. São Paulo: O2 Filmes, 2017. Filme digital para televisão (1 min), son., color. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=EgBhqVBfhXA>>. Acesso em: 2 mai. 2017.

THE WORLD BANK. **Gini index (World Bank estimate)**. Disponível em: <<https://data.worldbank.org/indicator/SI.POV.GINI>>. Acesso em: 6 nov. 2017.

TOCQUEVILLE, A. **A democracia na América**: leis e costumes de cercas leis e certos costumes políticos que foram naturalmente sugeridos aos americanos por seu estado social democrático. Tradução de Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

_____. **O Antigo regime e a revolução**. Tradução de Yvonne Jean. 4. ed. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1997.

TORRES, L. Advogado ironizado por professora no Rio pensou que fosse 'zoação'. **G1**. Rio de Janeiro. 10 fev. de 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2014/02/advogado-ironizado-por-professora-no-rio-pensou-que-fosse-gozacao.html>>. Acesso em: 17 nov. 2017.

WORLD ATLAS. Biggest Cities in Latin America. Disponível em: <<http://www.worldatlas.com/articles/which-are-the-biggest-cities-of-latin-america.html>>. Acesso em: 16 jun. 2017.