

Editorial

João e Maria moram na periferia de uma grande cidade em um país encravado na periferia dos centros de poder e decisão. O lugar onde moram pode ser identificado como um daqueles ocupados pela emergente classe média, chamada no Brasil de classe “C”, grupo alçado à condição de consumidor pelo impulso promovido pelas políticas sociais de distribuição de renda. Nesse processo de ascensão a área em que moram ganhou um *shopping center* no qual seus filhos e netos vão “dar um rolezinho” e eles próprios se deleitar (e endividar), se refestelando no mercado – que estimula de forma extravagante seus desejos de consumo.

Em quase toda a América Latina, em maior ou menor grau, bens que anteriormente estavam restritos aos mais abastados tornaram-se signos do desejo das classes mais populares. O consumo que era a marca da situação social privilegiada dos primeiros simboliza, agora, a ascensão social da classe “C”. Nesse processo que atrela a identidade ao consumo a marca é mais importante que o próprio produto, pois é ela que confere *status* e permite identificar pertencimento.

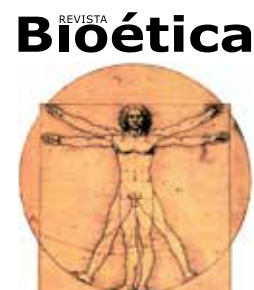
Não se pode mais duvidar que o mundo econômico dominou a lógica tradicional que estabelecia os papéis de cada um na hierarquia das relações sociais. Não se deve ignorar que atualmente a pessoa “vale” o quanto tem capacidade de comprar. Como as pessoas se vestem, seu traje, calçado, bolsa, boné; os objetos que portam (celulares, *tablets*, computadores); o veículo no qual se deslocam (carros ou bicicletas importados e de marcas famosas) e os equipamentos caseiros denotam sua capacidade de consumir e, em consequência, o lugar que ocupam na escala social.

À primeira vista, o padrão proposto pelo mercado parece ser emancipatório, por permitir maior mobilidade social e ser mais igualitário, subvertendo os modelos tradicionais vigentes, que são hierárquicos e geralmente calcados no preconceito. Segundo tais critérios, superioridade e inferioridade são definidas por atributos genéticos, fenotípicos e sociais: de gênero (homens x mulheres); de cor (brancos x pardos e negros) e geográficos, notadamente na relação centro-periferia, marcados pelo binômio urbano x rural.

Sob o impacto do mercado lentamente essas formas de classificação arcaicas vêm caindo em desuso ou sendo reconfiguradas sob o marco da relação econômica; da possibilidade de ser agente no mercado. Nesse contexto de inocente perversidade João e Maria vivem esses novos tempos como “a” possibilidade de desfrutar os prazeres da modernidade que até então lhes eram negados. E quem poderá afirmar que sua demanda não é justa?

Talvez se atrevam a isso aqueles que desde sempre tiveram acesso a esses bens e produtos, que se traduzem em comodidade e conforto, na perspectiva pessoal, e em indicadores epidemiológicos como expectativa de vida e mortalidade infantil, na dimensão coletiva. Apesar da resistência das classes mais abastadas em ceder espaço nos corredores dos templos de consumo a esses recém-chegados, a satisfação individual de João e Maria com o novo papel de clientes de produtos de marca parece assegurada. Os indicadores que mensuram os parâmetros biológicos de suas vidas também parecem estar aumentando, embora bem mais lentamente do que suas possibilidade de inserção como consumidores.

Entretanto, como pondera Aristóteles¹, nesse amplo leque entre a satisfação do indivíduo e o bem-estar da população é sempre conveniente focalizar a posição mediana, que poderíamos associar aos indicadores que mensuram qualidade de vida das pessoas em sociedade, como água encanada, esgotamento sanitário, coleta e tratamento adequado de lixo, planejamento urbano, transporte, segurança



e serviços públicos de saúde e educação. Salvo raras exceções, a melhoria desses indicadores em grande parte da América Latina ainda se dá de maneira truncada, tropeçando na míngua aplicação de recursos, na corrupção, que faz com que esses recursos se apequenem ainda mais, e na impunidade, que estimula o crescimento da corrupção, alimentando um ciclo ininterrupto de carência.

No que diz respeito a esses aspectos se observa, tanto no Brasil quanto, de maneira diferenciada, em outros países da região, que o investimento dos estados para assegurar o cumprimento de suas obrigações subjacentes ao desfrute da qualidade de vida em sociedade ainda deixa muito a desejar. Que, em geral, se investe pouco e que quando à destinação é maior acaba por ser mal usada ou desviada, redundando em ineficiência e má qualidade. Nesse contexto de descaso e desrespeito ao cidadão o mercado desponta como um reduto de prazeres. Guardados por segurança privada, higienizados, perfumados, arrumados para assegurar deleite estético, lojas e *shoppings centers* despontam como ilhas no caos das cidades, nas quais o único critério de cidadania que ainda subsiste, meio que aos trancos e barrancos, é o direito do consumidor.

Esses fatores, que em cada realidade social se consorçam de maneira específica, contribuem para que na perspectiva global se caminhe para a dependência crescente da periferia consumidora em relação ao centro produtor, que induz continuamente o consumo sob o incentivo da “*novidade*”. O novo padrão de construção de identidade é marcado também pela frequência com que João e Maria, em todas as classes sociais, trocam todos e cada um de seus itens de consumo. Apresentados sempre como novidade, prometem a remissão de todos os problemas experimentados por quem, confiando no mercado, comprou serviços e produtos que muitas vezes não eram aquilo que foi apregoado. Ao prometer o prazer definitivo o mercado induz o descarte do usado e a aquisição do novo, de maneira quase que independente da função do produto, acelerando, assim, a degradação constante do ambiente.

Embora o planeta não seja um sistema fechado, realizando constantes trocas de massa e energia com o cosmos ², a capacidade da Terra recuperar seu estado de equilíbrio é limitada, não podendo ser reposta pela simples determinação da vontade dos seres humanos. É preciso encarar a ideia de que o crescimento do mercado, tanto no que tange à oferta quanto no que diz respeito à demanda, leva à insustentabilidade ³. Não há para onde correr. É necessário ter consciência de que depois do fim não há retorno. Não há uma saída na próxima esquina por meio da qual se poderá voltar no tempo e alterar o resultado de nossas escolhas insensatas.

Precisamos perceber agora o impacto de nossas ações; o resultado de nossas decisões de consumo. Precisamos tomar consciência de quem e quantos somos e do que isso acarreta na dimensão global. Jamais houve tanta gente na Terra e, da mesma forma, é inédita nossa capacidade de alterar o mundo, modificando, inclusive, as estruturas atômicas e a que molda nossa realidade corpórea, o genoma. Então, considerando o limite da sustentabilidade, como distribuir os recursos limitados que devem prover a todos, sendo mantidos também para as gerações futuras?

Tendo em vista que os direitos humanos asseguram a todos os mesmos direitos, não se pode pensar em simplesmente limitar de forma coerciva o acesso daqueles que só agora alcançaram o mínimo dos bens que caracterizam a qualidade de vida. A eles devem ser providos os bens e serviços que dizem respeito aos indicadores medianos – educação, saúde e infra-estrutura – para estimular a emancipação dessa classe social e permitir que no futuro possam consumir de maneira consciente.

É preciso também rever os padrões de consumo daqueles que tradicionalmente têm meios para usufruir dos bens e serviços do mercado: aos grupos mais

abastados da população, que conformam quase que uma única classe dispersa por diferentes países e pontos do planeta. É preciso inculcar-lhes a consciência acerca da necessidade real dos bens que consomem, dado que essa parcela de gente que ocupa os centros de decisão e poder gasta mais do que necessita, num hedonismo autoindulgente que beira a futilidade. É indispensável entender o que significa consumir frente à escassez do recurso e do custo social e ambiental de produzi-lo.

Ocorre, entretanto, que essa tomada de consciência encontra a resistência das pessoas, que não querem abrir mão de seus desejos de consumo, e o antagonismo do mercado, que não quer perder seus seguidores. Por isso, mais de quarenta anos após Potter ter denunciado a degradação ambiental e exortado à gestação de uma nova ética para as ciências e a vida ⁴ – a Bioética –, ainda consumimos muito e escolhemos mal, dado que nossos critérios de escolha são baseados na reprodução à exaustão e com exagero da falta de limites induzida pelo próprio mercado. Talvez, nesse exato momento, já estejamos passando do ponto do qual não se poderá retornar.

Nesse sentido, pode-se pensar que o desequilíbrio ecológico, os terremotos, degelo, congelamento, tsunamis e furações são o eco lógico do ambiente em resposta às agressões incentivadas pelo mercado e seu *ethos* de expansão crescente. Porque não podemos esquecer que o planeta é feito daquilo que chamamos antropocentricamente “recursos”. A ideia de que o mundo é algo que podemos gastar até o limite do abuso não se sustenta quando contrastada com a realidade.

Mas nossa febre delirante de consumo nos leva a ignorar esse paradoxo e olvidar o impasse que instala. Anestesiados pelo uso dos signos que representam nossa inclusão no mundo, celebramos nossa “cidadania” mergulhando cada vez mais no mar de iguais que tentam se diferenciar uns dos outros justamente por aquele *plus* que podem comprar. Esse é o enredo da luta de classes hodierna, alimentada no seio do mercado e amparada pelos meios de comunicação, que divulgam e imprimem as marcas do consumo.

E é justamente no sentido de fomentar a discussão acerca dessa situação em que todos nós – a humanidade – estamos enfronhados, que fechamos este primeiro editorial do ano com uma singela proposta para reflexão. Uma diretriz bioética para a ética aplicada à dimensão social. Já que o discurso acerca da ação antrópica parece não surtir o efeito esperado, precisamos tomar providências para diminuir a corrupção e controlar o uso dos recursos, permitindo sua melhor utilização social e ambiental. Assim, sugerimos que *a riqueza oriunda da produção coletiva deve estar comprometida em assegurar o acesso universal aos benefícios de sua aplicação*. Acreditamos que, desta forma, se estará estimulando também a tendência ao equilíbrio ecológico e à seleção social de traços culturais capazes de promover a supressão da dependência e a ética na vida social.

Os editores

Referências

1. Aristóteles. *Ética a Nicômaco*. São Paulo: Atlas Editora; 2009.
2. Serviço Geológico do Brasil. Planeta Terra. Disponível: http://www.cprm.gov.br/publique/media/planeta_terra.pdf
3. Fortes PAC, Carvalho RRP, Tittanegro GR, Pedalini LM, Sacardo DP. Bioética e saúde global: um diálogo necessário. *Rev. bioét.* (Impr.). 2012;20(2):219-25.
4. Potter VR. *Bioethics: bridge to the future*. Englewood Cliffs: Prentice Hall; 1971.

