

CULTURA DO LIXO: SUBJETIVIDADE E IDENTIDADE

Introdução

Várias são as dissertações, teses de Doutorado e Pós-doutorado e outros tipos de pesquisas que apontam o impacto ambiental de um consumo exagerado por parte da sociedade como o responsável pelo aumento da degradação do ambiente uma vez que é necessário um aumento da produção para cobrir a demanda e este aumento está vinculado com a aceleração do uso de recursos naturais.

Não é preciso ser um gênio da envergadura científica do professor Albert Einstein para saber que o planeta Terra e os próprios seres humanos não suportam o atual modelo de consumo praticado nas sociedades ocidentais. Essa problemática é tão evidente que o próprio Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente definiu *consumo sustentável* como sendo:

[...] o fornecimento de serviços e de produtos correlatos, que preencham as necessidades básicas e dêem uma melhor qualidade de vida, ao mesmo tempo em que se diminui o uso de recursos naturais e de substâncias tóxicas, assim como as emissões de resíduos e de poluentes durante o ciclo de vida do serviço ou do produto, com a ideia de não se ameaçar as necessidade das gerações futuras.

* É doutorando em Sociedade e Cultura da Amazônia pelo Instituto de Ciências Humanas e Letras da Universidade Federal do Amazonas, Mestre em Educação pela Faculdade de Educação, Especialista em Gestão Escolar pela Faculdade Salesiana Dom Bosco, pesquisador credenciado a Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado do Amazonas e, também, ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico. É professor nas Licenciaturas em Pedagogia, História, Química etc., assim como professor da Escola Estadual Professor José Bernardino Lindoso.

** É bacharel em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Amazonas.

Em 1987, o documento *Our Common Future*, ou Relatório Brundtland¹, apresentou um novo olhar sobre o desenvolvimento, definindo-o como o processo que “satisfaz as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades”. É a partir daí que o conceito de desenvolvimento sustentável passa a ficar conhecido.

Neste relatório, cuja tradução é *Nosso futuro comum*, encontra-se o conceito de desenvolvimento sustentável, isto é, um desenvolvimento que “satisfaz as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades”. Ele foi criado após uma avaliação dos 10 anos da Conferência de Estocolmo, contendo ainda análises sobre as transformações climáticas.

O Relatório já apresentava ações a serem tomadas pelos Estados e também definia metas a serem realizadas no nível internacional, tendo como agentes as diversas instituições multilaterais. Mas, os resultados estão muito aquém das expectativas que repousam na letra do relatório e decorrem da complexidade de estabelecer e pactuar limites de emissões, proteção de biodiversidade, notadamente pelos países mais desenvolvidos.

Por que é tão difícil vivermos em sociedade? Por que é tão difícil construirmos coletivamente uma sociedade sustentável para além do capital? Por que os indivíduos não conseguem se realizar socialmente e, por conta também dos efeitos do capital, procuram uma possível felicidade nos produtos comprados?

Consumo e consumismo

O homem é um ser fadado a consumir o que a natureza oferece, e durante muito tempo ele tem consumido e modificado sua relação homem natureza graças à sofisticação das mediações tecnológicas, mas sem se preocupar com o descarte daquilo que não se faz necessário a sua existência. O que mudou de uma sociedade caracterizada por sua ligação mais harmoniosa com a natureza e com outros homens, uma sociedade de produtores, para uma sociedade cujo estado de espírito, conhecido

1 O Relatório Brundtlandt é resultado do trabalho da Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, da ONU, presidida por Gro Harlem Brundtlandt e Mansour Khalid, daí o nome final do documento. A comissão foi criada em 1983, após uma avaliação dos 10 anos da Conferência de Estocolmo, com o objetivo de promover audiências em todo o mundo e produzir um resultado formal das discussões. O documento enfatizou problemas ambientais, como o aquecimento global e a destruição da camada de ozônio (conceitos novos para a época), e expressou preocupação em relação ao fato de a velocidade das mudanças estar excedendo a capacidade das disciplinas científicas e de nossas habilidades de avaliar e propor soluções, como está na publicação *Perspectivas do Meio Ambiente Mundial – GEO 3*, do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente.

como felicidade, está consubstanciado ao consumo compulsivo de produtos oferecidos freneticamente pela Indústria Cultural?

O sociólogo *Bauman* (1925) nos ensina que essa sociedade, por nós entendida como a sociedade da pseudofelicidade, está precisamente constituída não mais por produtores, mas por consumidores, ambigualmente caracterizados, ora como indivíduos bestiais seduzidos pelas mercadorias, ora como sujeitos autônomos procurando uma sustentabilidade só por meio do discurso; a vocação consumista desses indivíduos desejantes não tem gênero e é individualmente alcançada por seu respectivo empenho, configurando assim, o estado líquido globalizado da *Modernidade*.

O consumidor do estado sólido da Modernidade esperava que os bens fossem duradouros como suas posições sociais porque isso constituía um patrimônio de uma geração a ser deixada a outra futura. Diferentemente do estado líquido da Modernidade, que conforme a intensidade e o volume dos desejos implicam na substituição cada vez mais rápida dos objetos destinados a satisfazê-los, resultando em descarte em massa. E quão grandes implicações a conjuntura da liberdade de tomar empréstimo facilitado vão implicar na sociedade de consumidores, onde todas as coisas têm preço!

O consumidor numa sociedade de consumo é uma criatura acentuadamente diferente dos consumidores de quaisquer outras sociedades até aqui. Se os nossos ancestrais filósofos, poetas e pregadores morais refletiram se o homem trabalha para viver ou vive para trabalhar, o dilema sobre o qual mais se cogita hoje em dia é se é necessário consumir para viver ou se o homem vive para poder consumir.

Zygmunt Bauman descreve o consumismo como algo capaz de destruir a memória, pois no mesmo momento que as pessoas são impulsionadas a adquirir algo novo, estas também são levadas a esquecer do antigo: a memória do arcaico e ou a sensação de estar fora do meio daqueles que já possuem as novidades é algo comum no estado líquido da *Modernidade*; é um ato de liberdade que, dentre outras experiências humanas, quando realizadas, proporciona satisfação, mas decorre que esse ato de liberdade nem sempre é guiado com responsabilidade, especialmente a responsabilidade ambiental.

O consumo, o consumismo e a produção de lixo estão relacionados aos efeitos nocivos da publicidade porque a sociedade além de consumir produtos, consome padrões de felicidade, de beleza, de bem estar etc. *Baudrillard* (1991) salienta que a sociedade capitalista constitui-se em um estilo de vida hedonista forjando toda uma práxis do consumo, principalmente, porque a explosão da produção e do consumo,

que teve início com o *american way of life* dos anos 1950 do século 20, chegou ao seu ponto mais alto nos anos oitenta e anos seguintes.

O sistema produtivo do capital produziu objetivamente não só uma solução mais ou menos duradoura para a contradição que repousa sob a tríade produção, consumo e distribuição, mas produziu também um novo tipo de subjetividade consumidora porque o consumidor passou a deparar-se com duas situações: a liberdade de escolha diante de uma infinidade de possibilidades de consumo, que acarretam em responsabilidade na felicidade e realização individual e o medo em conjunto com a insegurança de tomar qualquer decisão, por causa de suas implicações no meio social.

Layard (apud BAUMAN, 2008) oportuniza-nos uma grande contribuição para essa discussão na obra *Happiness: has social science a clue? (Felicidade: a ciência social tem uma pista?)*. O economista inglês afirma que a felicidade cresce de acordo com os incrementos de renda, mas o próprio *Zygmunt Bauman* contraria esse pensamento ao afirmar que não existe qualquer evidência empírica de que, com o crescimento do volume geral (ou médio) de consumo, o número de pessoas que afirmam que se sentem felizes também vá aumentar.

Quem é o dono da razão? É muito cedo para opinarmos.

Uma coisa é certa! O resultado do ataque massivo das mídias numa sociedade que vive mais é funesto, pois divide a sociedade em duas frações de indivíduos, o que *Zygmunt Bauman* e *Jean Baudrillard* vão classificar como turistas, ou seja, aqueles indivíduos que têm acesso a ir e vir de diversos lugares consumindo tudo o que lhe apraz; e aqueles considerados vagabundos, ou seja, aqueles indivíduos restritos a um nicho de produtos setorizado em um único lugar. Isso significa que o consumo tem dimensões de lugar, tempo e espaço, e que isto é que vai organizar as sociedades modernas.

Zygmunt Bauman esclarece, ainda, que as facilidades de liberdade de crédito fácil junto a entidades financeiras sejam elas nas formas de cartão de crédito ou empréstimos pessoais consignados tem incentivado um determinado quadro macroeconômico de endividamento, até mesmo entre os indivíduos considerados não pobres.

Os ricos que compõem a burguesia e a classe média, por exemplos, são as pessoas que “não possuem nome limpo no mercado”. É uma forma de endividamento que abriga a promessa de felicidade, enfim, um engodo que a sociedade moderna tem comprado e usufruído de maneira obsessiva.

O processo subjetivação dá sentido à cultura da sociedade de consumo envolve, sobretudo, o esquecimento, não o aprendizado que se tinha do estado sólido da Modernidade: quando a capacidade de consumo dos consumi-

dores pode ser esticada muito além dos limites estabelecidos por quaisquer necessidades naturais ou adquiridas; também a durabilidade física dos objetos do desejo não é mais exigida.

Cultura do Lixo

O consumo, catapultado desde a *Revolução Francesa* até os dias atuais, extrapolou a harmonia do circuito bem-utilidade-consumidor porque a publicidade levou os indivíduos a comprar, mesmo que isso signifique pouca ou nenhuma satisfação. O consumir já não se dá em função da utilidade ou necessidade do bem e do que antes isso representava, mas, sim, em função do impulso, da extravagância, enfim dos muitos motivos psicológicos, antropológicos etc., transformando a lógica da necessidade na lógica do desejo².

Os produtos adquiridos também são geradores de novas necessidades, e se tornam obsoletos ora pela *Obsolescência Programada*, que ocorre porque a indústria prevê para produzir num determinado espaço de tempo e, assim, os produtos já estão programados a se tornarem obsoletos em determinado espaço de tempo; ora pela *Obsolescência Perceptiva*, que é aquela que por intermédio dos veículos de mídia, o marketing convence o consumidor de que tal produto é melhor que outro similar, às vezes com funções a mais somente³.

O educador sintetiza esse circuito perverso escrevendo: “sob a égide da sociedade de mercado, se intensifica e noutras vezes se cria uma *mentalidade de consumo*, cujo objetivo reside mais na avidez por dinheiro do que na obtenção de satisfação de necessidades ou desejos reais”. O consumidor é moldado, também, pela crença não mais no prazer ou na satisfação obtidos a partir da utilidade reconhecida que subjaz o bem consumido, mas, porque o consumidor acredita, piamente, que sua felicidade se produz no ter as coisas.

J. B. L. de Andrade esclarece, em tempo recentíssimo⁴, que o consumismo está conectado à substituição da lógica da necessidade pela lógica do desejo, e isso deixa patente que é especificamente sobre o desejo que age um poderoso conjunto de mediações que direciona a sociedade para o individualismo: a publicidade. É essa

2 Cf. ANDRADE, J. B. L. de, 2012, p. 15 ss.

3 Idem, p. 24.

4 O Pós-doutorado resultou num modelo de saneamento ambiental com indicadores de sustentabilidade para a gestão dos Resíduos Sólidos Industriais, no qual as dimensões ambiental, econômica, social, política e cultural foram as contempladas. O modelo é útil aos gestores privados e públicos, haja vista que também permite: (i) a conciliação de interesses; (ii) a ampliação do espaço para o atendimento de novas expectativas; (iii) a flexibilidade na sua utilização; e (iv) o envolvimento efetivo de todos os responsáveis pelos RSIs.

mesma publicidade que nos faz confundir individualidade com egoísmo, nos conduzindo ao mais baixo nível dos valores humanos mais profundos.

O homem tem feito com que o lixo tome conta do planeta inteiro. Tanto nos países identificados como desenvolvidos quanto naqueles que vegetam sob a condição de subdesenvolvidos e nos emergentes o lixo não tem representado mais apenas o subproduto rejeitado das funções vitais. Estamos submersos numa cultura do lixo, na qual o crime, o vício, a indigência mental, o obscurantismo, a desinformação, o mau gosto e a corrupção – inclusive de nosso interior - têm se colocado como objetos de desejos das massas e das elites⁵

Com o panorama de uma sociedade extremamente consumista, o lixo torna-se um problema que vem ganhando abrangência e preço quando se pensa em descarte correto. Levando-se em consideração que nem tudo o que consumimos é realmente reutilizado dentro da lógica do descarte correto, o que temos é um grande problema que cresce e vem custando cada vez mais caro.

Em conjunto com a Indústria do Entretenimento, surge a Indústria de Remoção e Administração dos Resíduos Sólidos. Sendo os resíduos um problema de quem gera – as indústrias, mas o Estado não possui mais condições para financiar sozinho essa despesa, passa a terceirizar o serviço de coleta, antes era responsabilidade do Estado.

Inclusive em virtude dos apelos ambientalistas, conscientizou-se que são desperdiçados milhões de reais em materiais que poderiam ser reutilizados, surgindo assim uma cadeia de empresas, que reciclam papel, plástico, vidro, placas de equipamentos eletroeletrônicos, microempresários, bem como os catadores e as associações de bairros. Estes formam o que Bauman (2008) chamou de *economia do descarte*.

Nesse contexto de discussões ambientais, tomaram mais fôlego pela insurgência de casos de resíduos viajando em contêineres para serem destinados a países do terceiro mundo. E conforme a Revista Galileu⁶, que apresentam um mapa com as rotas de descarte de resíduo eletroeletrônico (*e-waste*), podem ver as proporções da situação no mundo (ver Mapa 01).

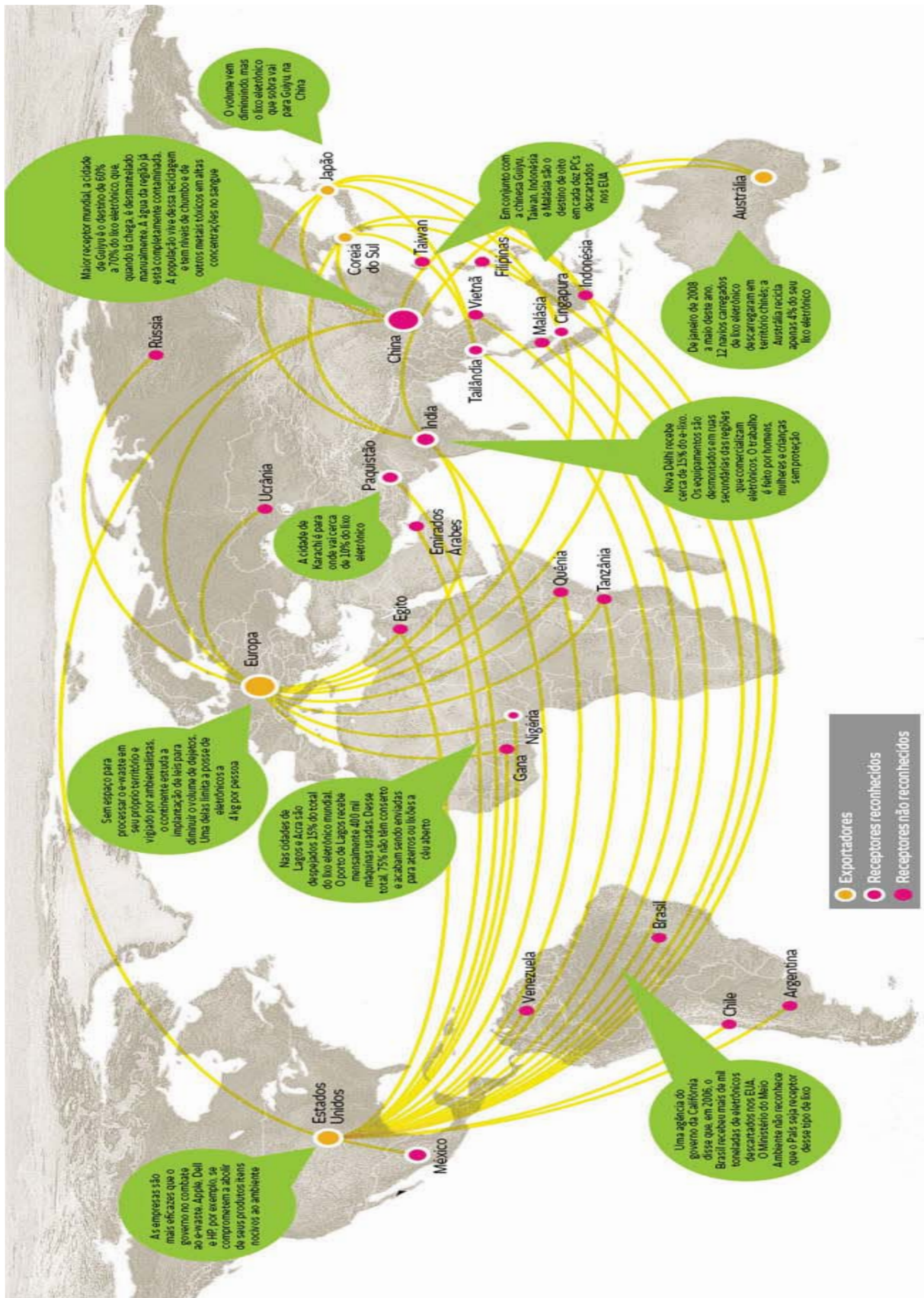
O Mapa 01 ilustra alguns lugares do mundo onde há a preocupação com os Resíduo de Equipamentos Eletroeletrônicos (REEE), da mesma maneira que há lugares sem nenhuma preocupação. Contudo, isto não quer dizer que outros tipos de resíduos não viajem para países do terceiro mundo, sendo este mapa uma exemplificação da gravidade da situação. Bauman (2005) descreve uma entre outras cidades que são receptáculo dos resíduos mundiais:

5 ANDRADE, J. B. L. de, 2012, p. 41.

6 Edição de julho de 2004.

O Mapa 01 ilustra alguns lugares do mundo onde há a preocupação com os REEE, da mesma forma que há lugares sem nenhuma preocupação. Contudo, isto não quer dizer que outros tipos de resíduos não viajem para países do terceiro mundo, sendo este mapa uma exemplificação da gravidade da situação. Bauman (2005) descreve uma entre outras cidades que são receptáculo dos resíduos mundiais:

Em Guiyu, aldeia chinesa convertida em depósito de lixo eletrônico, assim como em numerosos outros lugares na Índia, Vietnã, Singapura ou Paquistão, habitados por ex-camponeses que caíram (ou foram jogados) do carro do progresso econômico, o refugo eletrônico do Ocidente é reciclado. (p. 77).



Na análise de Bauman (1999) sobre os refugos humanos, que surgem em torno de uma sociedade globalizada, sendo esta a prova de que essa globalização não chegou para todos. Ou seja, muitos perderam o trem do progresso e foram excluídos e ou deixados para trás, sob pena do ostracismo de uma modernidade sólida que em certos lugares do mundo não existe mais. Ou ainda, que para que poucos tenham modernidade e globalização, muitos precisam estar na miséria.

Considerações Finais

O homem é um ser fadado a consumir o que a natureza oferece, e durante muito tempo ele tem consumido e modificado sua relação homem-natureza graças à sofisticação das mediações tecnológicas, mas sem se preocupar com o descarte daquilo que não se faz necessário a sua existência.

O que mudou de uma sociedade caracterizada por sua ligação mais harmoniosa com a natureza e com outros homens, uma sociedade de produtores, para uma sociedade cujo estado de espírito, conhecido como felicidade, está consubstanciado ao consumo compulsivo de produtos oferecidos freneticamente pela Indústria Cultural?

Bauman (2005) nos ensina que a sociedade da pseudofelicidade, está precisamente constituída não mais por produtores, mas por consumidores, ambigualmente caracterizados, ora como indivíduos bestiais seduzidos pelas mercadorias, ora como sujeitos autônomos procurando uma sustentabilidade só por meio do discurso.

Acreditamos que a Teoria crítica nos ajuda a entender que a vocação consumista dos indivíduos desejantes da atualidade não tem gênero e é individualmente alcançada por seu respectivo empenho, configurando assim, o estado líquido globalizado da *Modernidade*.

Referências Bibliográficas

ANDRADE, João Bosco Ladislau de. *Indicadores de Sustentabilidade Aplicáveis à Gestão e Políticas Públicas para os Resíduos Sólidos Industriais: uma contribuição com foco no Polo Industrial de Manaus*. Brasília: Universidade de Brasília, 2012. *Tese de Pós-Doutorado em Tecnologia Ambiental e Recursos Hídricos*.

BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Traduzido por: Artur Morão. Rio de Janeiro. Edições 70. 1991. Tradução de: *La Société de Consommation*.

BAUMAN, Zygmunt. *Vidas Desperdiçadas*. Traduzido por: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro Editora Zahar, 2005. Tradução de: *Wasted Lives (Modernity and Its Outcasts)*.

_____. *Modernidade Líquida*. Traduzido por: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro. Editora Zahar, 2000. Tradução de : *Liquidy Modernity*.

_____. *Vida para Consumo*. Traduzido por: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro. Editora Zahar, 2008. Tradução de: *Consuming Life*.

_____. *Globalização: As consequências humanas*. Traduzido por: Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1999. Tradução de: *Globalization: The Human Consequences*.