

# O “DESTINO DO HOMEM” NO DISCURSO SOBRE A ECOLOGIA E O CONSUMO CONSCIENTE

EL "DESTINO DEL HOMBRE" EN EL DISCURSO SOBRE LA ECOLOGÍA Y EL CONSUMO  
CONSCIENTE

THE "MEN'S FATE" ON THE DISCOURSE ABOUT ECOLOGY AND CONSCIOUS  
CONSUMPTION

**Paula Chiaretti\***

Universidade do Vale do Sapucaí

**Milena Maria Sarti\*\***

Universidade Federal da Bahia

RESUMO: Apoiadas na Psicanálise e na Análise de Discurso, buscamos observar como o discurso sobre a ecologia (discurso ecológico) antecipa as coordenadas de uma subjetividade atual, colocando em funcionamento sentidos de um “consumidor consciente”, que, por sua vez, ao se filiar à lógica de “gestão do eu” (autônomo e não-dividido), coaduna-se com uma subjetividade consumidora e autorreferente. Podemos afirmar que esse discurso ligado à ecologia promove, por um lado, a incitação ao consumo e, por outro, a culpabilização do sujeito consumidor que deve impor limites a si e, por decaque, impô-los também ao "sem limites" que se extrai da mestria do discurso capitalista e sua forma de interpelação.

PALAVRAS-CHAVE: Discurso ecológico. Subjetividade. Consumo.

RESUMEN: Apoyadas en el Psicoanálisis y el Análisis del Discurso, buscamos observar cómo el discurso sobre la ecología (discurso ecológico) anticipa a las coordenadas de una subjetividad actual, poniendo en funcionamiento sentidos de un "consumidor consciente", el cual, a su vez, al alinearse a la lógica "de gestión de yo" (autónomo y no-dividido), combinase con una subjetividad consumidora y auto-referencial. Podemos decir que este discurso sobre la ecología promueve, por un lado, la incitación al consumo y, por otro lado, la culpabilización del sujeto consumidor que debe imponer límites sobre sí mismo y, además, imponer también límites al "sin límites" que extractase de la maestría del discurso capitalista y su forma de interpelación.

PALABRAS CLAVE: Discurso ecológico. Subjetividad. Consumo.

---

\* Professora do Programa de Pós-graduação em Ciências da Linguagem da Universidade do Vale do Sapucaí; Doutora em Ciências (área Psicologia) pela Universidade de São Paulo. E-mail: [chiaretti.paula@gmail.com](mailto:chiaretti.paula@gmail.com).

\*\* Professora Adjunta do Instituto Multidisciplinar em Saúde, Campus Anísio Teixeira (IMS/CAT) da Universidade Federal da Bahia; Doutora em Ciências (área Psicologia) pela Universidade de São Paulo. E-mail: [misarti@hotmail.com](mailto:misarti@hotmail.com).

ABSTRACT: Supported by theoretical background of Psychoanalysis and Discourse Analysis, this article aims to observe how the discourse about ecology (ecological discourse) anticipates the coordinates of a current subjectivity, putting in operation senses of a "conscious consumer", which in turn, when under the logic of "self-management" (based on an autonomous and non-divided subject), is in accordance with a consuming and self-referential subjectivity. It is possible to affirm that this discourse about ecology promotes, on the one hand, incitement to consumption and, on the other hand, the scapegoating of the consumer subject, who should place limits upon himself, as well as upon the "no limits" notion that is drawn from the mastery of the capitalist discourse and its mean of interpellation.

KEYWORDS: Ecological discourse. Subjectivity. Consumption.

## 1 INTRODUÇÃO

Este trabalho se dedica à análise, filiada à Análise de Discurso (AD) e à Psicanálise, de uma peça publicitária que faz circular sentidos que se constituem no interior de um discurso sobre a ecologia. Os discursos atuais sobre a ecologia, condensados em enunciados injuntivos como "pense verde", se justificam em diversas explicações científicas e estatísticas. No entanto, nosso interesse é buscar compreender de que modo esse discurso se torna um discurso mestre, que tende, de certa maneira, a organizar os sentidos que balizam o laço social, por sua grande circulação.

Segundo Fontenelle (2010), o discurso contra-hegemônico do anticonsumo – encampado por movimentos sociais e contraculturais – não é novo, datando do mesmo período do discurso hegemônico acerca das "benesses" do consumo. Porém, salienta a autora, seguindo a linha de Portilho (2005), que, a partir da década de 90, "[...] os movimentos de crítica ambiental deslocaram a ênfase, até então dada à produção, para os campos dos hábitos de consumo e do papel do consumidor na responsabilidade pela sustentabilidade ambiental [...]", e esse deslocamento, que foi levado a efeito também pelos discursos oficiais do Ministério do Meio Ambiente, bem como pela publicidade empresarial, não pode ser naturalizado, pois materializam implicações importantes "[...] para uma certa formatação social e subjetiva [...]" (FONTENELLE, 2010, p. 221) que procuramos abordar.

Os efeitos de transparência e evidência dos discursos ligados à Ecologia, a necessidade indubitável e mesmo o imperativo de subscrição de todos a tal discurso podem aparecer como obstáculos à compreensão de tal funcionamento discursivo na constituição de sentidos. Ao recorrer ao campo da ciência, biológica e estatística, encontra-se impedido o processo dialético de pensamento – aliás, se há algum tipo de processo 'dialético' deve ser pela réplica de um mesmo experimento com a modificação de alguma(s) variável(eis), ou seja, dentro do paradigma científico-experimental, estabelecendo assim um efeito de verdade bastante específico. Nessa direção, Silva (2016, p. 132) afirma que "[...] o discurso ecológico tem como característica a de ser um discurso universalizante, isto é, funciona frequentemente com o apagamento dos agentes (quem destrói a natureza?, quem deve preservar a natureza?)".

Por conta disso, a escolha aqui é de abordar essa questão a partir de outro ponto, alheio às explicações científicas: que condições de produção discursiva possibilitam a constituição de tal sentido "transparente e verdadeiro"? Essas condições permitem ainda que um discurso não somente seja formulado, mas gerencie relações entre os homens, formas de ser e de se comportar na sociedade, além de maneiras de consumir. Não se trata, entretanto, de compreender o contexto de uma forma geral, por meio da descrição de suas características (apesar de recorrermos a essas descrições como formas de interpretação).

Trata-se, nesse ponto, de esclarecer a que modelo epistemológico se filia nosso artigo: aquele da *análise indiciária*, cuja origem, segundo Ginzburg (1990), remete ao século XIX, nos estudos do russo Ivan Lermolieff (pseudônimo usado em realidade pelo italiano Giovanni Morelli). Esse estudioso, ao contrário de outros que se baseavam em características mais facilmente visíveis das obras de arte, para atribuir autorias aos quadros, buscava executar um minucioso estudo de características secundárias e a princípio irrelevantes, como por exemplo, o formato do lóbulo das orelhas dos personagens presentes nas ilustrações. Esse estudo minucioso de indícios já fazia parte do cotidiano de caçadores que, por meio do exame dos rastros, eram capazes de caracterizar (ou ainda, decifrar) os aspectos de um animal que nunca haviam visto. Para Ginzburg (1990, p. 152), "[...] o que caracteriza esse

saber é a capacidade de, a partir de dados aparentemente negligenciáveis, remontar a uma realidade complexa não experimentável diretamente”.

Assim, a partir do modo como trabalha a Análise de Discurso de Pêcheux e a Psicanálise, pretendemos buscar compreender de que modo os discursos sobre a ecologia produzem sentidos sobre a natureza e o homem.

## 2 O CAPITALISMO HOJE

Para tratar deste contexto, cabe retomar as articulações de Zizek (1996) acerca do modo de produção por vezes entendido como o único possível na atualidade: o capitalismo liberal. Segundo o autor, a falência do comunismo e do fascismo teria feito com que todos acreditassem que o capitalismo liberal é a forma única de organização social possível. Imutável e eterno, fim de todo o processo dialético, é assim que esse regime passa a ser entendido. Justamente devido a esse fim da história, Zizek chama a atenção para “[...] a imaginação popular [...] assombrada pelas visões do futuro ‘colapso da natureza’, da eliminação de toda a vida sobre a Terra. Parece mais fácil imaginar o ‘fim do mundo’ que uma mudança muito mais modesta no modo de produção [...]” (ZIZEK, 1996, p. 7).

Em uma conferência, Zizek conta a anedota do jornalista italiano cujo editor pediu que substituísse a palavra “capitalismo” que ele havia empregado em um artigo por “mercado”, o que indicaria uma naturalização do atual modo de produção, como o único possível. Estaria em curso atualmente uma tentativa de apagar o conceito de *ideologia*, e outros conceitos agregados que visam uma análise crítica. Sabemos que atualmente empregar o termo “ideologia” pode (não por acaso, já que se trata de algo político) chegar a soar piegas.

É nessa linha que Safatle (2008) escreve sobre uma era “pós-ideologia” e a qualifica como “[...] uma forma de afirmar que essa transparência advinda depois de uma longa noite de desconhecimento ideológico teria se transformado no próprio cerne da opacidade constitutiva de nossa realidade partilhada [...]” (SAFATLE, 2008, p. 11), ou seja, é precisamente o suposto desvelamento de toda ideologia (entendida aqui muito mais no sentido marxista de “falsa consciência”) que nos teria libertado da própria ideologia.

Entretanto, essa é uma compreensão equivocada sobre o funcionamento da ideologia e da sujeição. Isso porque ainda que o sujeito se creia livre, ele é sempre desde-já assujeitado. Aqui poderíamos recorrer a vários nomes, mas nos debruçaremos sobre dois (não correspondentes nem substituíveis, mas próximos): *ideologia* (aquela da AD, baseada na obra de Althusser, para quem o indivíduo é interpelado em sujeito para ideologia) e *Outro* (alteridade absoluta como Lacan a articula).

A sujeição que pretendemos abordar aqui se aproxima ao que Safatle (2008, p. 12) entende como “forma de vida”:

[...] um conjunto socialmente partilhado de sistemas de ordenamento e justificação da conduta nos campos do trabalho, do desejo e da linguagem. Tais sistemas não são simplesmente resultados de imposições coercitivas, mas da aceitação advinda da crença de eles operarem a partir de padrões desejados de racionalidade.

Ou seja, não se trata de uma coerção ou de uma ação voluntária de alguém mais poderoso sobre um ser menos poderoso, mas sim de um aceite que qualquer sujeito dá quando entra no social pela via do significante, isto é, quando cede ao sentido fazendo o laço social e abrindo mão de parte de sua satisfação imediata.

Esse laço social se funda sobre uma relação que o sujeito estabelece com essa alteridade absoluta e constitutiva, a partir de onde o sujeito forja não somente seu inconsciente, seu desejo (sendo que aqui sujeito, inconsciente e desejo são contemporâneos), mas também as suas “formas” de viver.

A forma de viver, por sua vez, pode ser relacionada àquilo que Althusser trata como existência material da ideologia, isto é, as

*práticas* que promovem em um segundo momento a construção de conceitos. Segundo Althusser (1980, p. 88-89) “[...] as suas ideias [de um sujeito] são atos materiais inseridos em práticas materiais, reguladas por rituais materiais que são também definidos pelo aparelho ideológico material de que relevam as ideias desse sujeito”.

A fim de demonstrar como funciona a ideologia, Althusser toma como exemplo a ideologia cristã e se refere à necessidade lógica de existência de um Outro Sujeito (diferenciado de todos os outros sujeitos ordinários pelo S maiúsculo), Absoluto, que garanta a existência dos sujeitos, inscritos em determinadas práticas. É Deus assim que garante a existência da “multidão de sujeitos religiosos” (ALTHUSSER, 1980, p. 107). É a partir do processo de interpelação que podemos falar da existência de um sujeito ao mesmo tempo submetido e livre/autônomo.

Essa sujeição, conforme Althusser (1980) exemplifica, por diferentes aparelhos ideológicos, como a escola, a família, a igreja etc., apresenta diferentes formas. Tratar-se-ia, portanto, de diferentes modos de subjetivação a partir da relação com cada uma das modalidades de Outro Sujeito.

### 3 FIGURAS DO OUTRO

Para que possamos compreender o modo de subjetivação que alguns autores denominam como “pós-moderno” ou contemporâneo, ou seja, a maneira como se vive atualmente, é desejável retrair algumas das mutações do *Outro* como ficção, ou seja, como uma espécie de narrativa que enreda a subjetivação.

De acordo com Dufour (2005), o uso da categoria de *Outro* como estrutura imutável (à moda da característica omni-histórica da *ideologia*), caracterizada pela incompletude (da linguagem), não impede que se faça um trabalho ligado à sua história: ou seja, de tentativa de “[...] decliná-lo sob suas diferentes figuras [...]” (DUFOUR, 2005, p. 36).

Para explicitar do que se trata esse Outro, Dufour (2005, p. 30, grifos do autor) propõe que “[...] os sujeitos falantes, simbolizáveis como o *eu e tu*, nunca pararam de construir terceiros, os *eles* eminentes, deuses em relação aos quais eles podiam se autorizar a ser”. Esse *ele*, que o autor chama também de *grande Sujeito*, deve ser entendido, entretanto, como uma ficção na medida em que nunca existiu, a despeito de sua função de homogeneizar e unificar as dissonâncias entre os sujeitos (*eu e tu*).

Esse outro assume diversas formas, “encarnações”. O sujeito se constitui a partir desse Outro – o que é próximo ao que Freud estabelece como “trabalho cultural” (*kulturarbeit*, em alemão): “[...] cada cultura trabalha à sua maneira na formação dos sujeitos, marcando-os com uma marca específica que lhes permite enfrentar a questão jamais definitivamente organizada da origem” (DUFOUR, 2005, p. 37).

Se, conforme Lacan, o inconsciente é o discurso do Outro, podemos pensar que o inconsciente se organiza a partir de elementos que organizam também a vida social. Dufour (2005, p. 42) afirma nesse sentido que o inconsciente não se trata de

[...] recalques internalizados por um sujeito; ao contrário, é constituído como inteiramente dado a ver pelos oráculos e pelas narrativas das pitonisas (oráculos mulheres), dos rapsodos (artista popular que recitava poemas e epopeias), dos aedos (idem) e dos poetas inspirados, testemunhando os planos do Outro.

Dufour (2005) acredita que, se, antes, o sujeito era capaz de localizar uma figura de autoridade à qual se submeter, hoje, essa figura, escamoteada por uma diversidade que ainda assim não formaria qualquer autoridade encarnada, estaria em plena decadência. O que haveria no lugar seriam *semblantes de Outro*. Ou seja, não haveria mais uma grande narrativa em torno da qual todos os sujeitos se organizam.

Dentre as grandes narrativas que já vigoraram, Dufour (2005) destaca as seguintes: a religiosa monoteísta, segundo a qual todos os sujeitos estão apoiados em um Deus; a dos Estados-nações, que refere o indivíduo e a sua origem à terra e ao sangue; a da emancipação do povo trabalhador, com o corolário socialista de um mundo sem classes. Entretanto, de certa forma, todas essas

narrativas se encontrariam enfraquecidas.

Diante da “vacância” desse lugar, a natureza se mostra um forte candidato a Outro. Segundo o Dufour (2005, p. 70), “[...] tendo os grandes totens históricos desabado, é de algum modo a geografia que retorna [...]”, na figura da grande terra mãe. Coloca, ainda, como testemunha dessa tentativa de exegese, as previsões apocalípticas que acompanham as discussões acerca da ecologia.

#### 4 O DISCURSO ECOLÓGICO/APOCALÍPTICO E SEU SUJEITO

Para verticalizarmos nossa análise, retomamos aqui a metonímia estabelecida na obra de Dufour (2005): Deus, terra e sangue, proletariados do mundo unidos, Natureza. Figuras que em diferentes momentos assumem um papel correlato: balizas/orientadores para a vida em sociedade, modos de subjetivação e de relação entre sujeitos etc.

Nesse sentido, é interessante notar os rastros de deslocamentos de sentidos quando tomamos a produção discursiva sobre a ecologia e os efeitos da ação do homem sobre a natureza:



Figura 1: Imagem de campanha publicitária do Ministério do Turismo no Facebook em 14 de fevereiro de 2015.

Fonte: Fanpage do Ministério do Turismo

Chama-nos a atenção, em um primeiro momento, o uso da palavra *destino*, já que esta pode fazer apelo a uma memória discursiva (PÊCHEUX, 2010) relacionada ao destino do herói da tragédia grega, um desenlace incontornável. No entanto, ao contrário do destino inexorável fiado pelas Moiras, o destino em pauta nesse discurso é aquele do sujeito contemporâneo, senhor de sua própria história, já que cidadão e consumidor em uma democracia. Com efeito, o uso do significante *destino*, nessa peça publicitária, indicia que o *domínio do trágico* é acionado, porém de uma forma reeditada segundo a pauta da fantasia de liberdade ou do delírio de autonomia do homem moderno, em termos lacanianos.

Isso nos remete ao que é próprio do funcionamento dessa memória discursiva que “[...] não poderia ser concebida como uma esfera plana, cujas bordas seriam transcendentais históricos e cujo conteúdo seria um sentido homogêneo, acumulado ao modo do reservatório [...]” (PÊCHEUX, 2010, p. 56). Ao contrário, a memória do destino trágico é convocada na sua negação. A presença de um outro discurso, o científico, é o que possibilita que se negue, primeiramente afirmando-o, o sentido trágico da existência do homem.

Uma vez que o trágico, segundo Sarti (2015), coloca o sujeito como sempre dilacerado por forças que o ultrapassam e que determinam profundamente seu destino (descentralizando ou dividindo o sujeito por um saber que não se sabe), tal tragicidade ecológica aí evocada, para operar, tem de se filiar discursivamente à ideologia do eu autônomo (centralizado e não dividido). Isso significa dizer que se filia à fantasia social de que cabe a *você*, é de *sua* responsabilidade escolher *seu destino* para mudar o destino “[...] destruidor da natureza e devastador de recursos naturais [...]”, que alicerça por definição uma sociedade capitalista de

consumo. Tal gesto interpretativo pode ser circunscrito discursivamente pelo uso do pronome possessivo “seu” e do pronome pessoal “eu” na referida peça publicitária: não é dito “nosso destino” ou “nós cuidamos”, coletivo ou coletivizável, mas o “seu destino” e o “eu cuido”, ou seja, o de cada um individualizado, o que não se apoia em uma causa pública, coletiva, ao contrário, se apoia em e faz funcionar uma questão de “gestão do eu”, o que se coaduna com a subjetividade consumidora que é autorreferente, automeada.

## 5 A SOBERANIA DO CONSUMIDOR CONSCIENTE

Fontenelle (2010) nos adverte sobre isso ao pontuar que o discurso sobre a ecologia, que subscreve um discurso sobre o apocalipse ecológico, opera por produzir uma responsabilização do sujeito no campo do consumo e, com isso, formatar novos processos de subjetivação. Segundo a autora, o que se pode depreender da produção desse efeito é que problemas sociais e coletivos são transformados em problemas de *self-care*, ou seja, apoiados sobre a ideia da “soberania do consumidor” (que escolhe e *agora* é responsável pela sua escolha), os riscos sociais, ecológicos, econômicos etc., inerentes à sociedade capitalista de consumo, são traduzidos nos termos da gramática neoliberal de um “governo de si mesmo”, o que subsidia intervenções e responsabilidades individuais. Como enfatiza Fontenelle (2010, p. 219):

[...] seu objetivo é a construção de uma nova ordem política e social que promete solucionar problemas sociais através de uma revolução não contra o capitalismo, racismo, patriarcalismo e assim por diante, mas contra a maneira errada de governarmos a nós mesmos. Assim, a possibilidade de uma intervenção política e social em problemas como desemprego, alcoolismo, criminalidade etc., se altera, já que tais problemas não serão atribuídos a fatores socioestruturais, mas a categorias subjetivas.

Retomando Zizek (1996) e sua ideia de que o capitalismo representaria o fim da história, pontuamos que seria o mesmo que dizer: “Faça alguma coisa”, “seja ativo”, “participe”, se afilie, segundo Fontenelle (2010), ao “consumo responsável”, “consciente”, “sustentável”, “ético”, “racional”, “ativista”, “cidadão”, isto é, “[...] uma tirania da escolha que não deveria nos enganar, pois se trata de seu verdadeiro oposto: a ausência da escolha real quanto à estrutura fundamental da sociedade” (ZIZEK, 2008, p. 455). O indivíduo livre e autônomo é chamado a “[...] decidir, mas ao mesmo tempo recebe a mensagem de que não está em posição efetiva de decidir [...]” (ZIZEK, 2009, p. 158).

Conseqüentemente, a cultura do consumo passa a vender uma nova mercadoria: a redenção da culpa (FONTENELLE, 2010), ou o que podemos denotar ser uma terceirização dessa redenção, uma vez que cabe a esse consumidor optar (ou não) “[...] pela escolha das empresas das quais vai comprar em função de sua responsabilidade social, ajudando a construir uma sociedade mais sustentável e justa” (MATAR, 2009, s/p). O resultado desse arranjo em torno da crise ecológica é, segundo Fontenelle (2010, p. 220), um passar para o individual a responsabilidade de impor os limites ao capitalismo, ou seja, não há proibição social ou estrutural, as pessoas que são responsáveis por impor novas proibições a si mesmas (SALECL, 2005 apud FONTENELLE, 2010, p. 221).

Joga-se com a sujeição, desde que individualmente seja mantido o poder do indivíduo como a medida de todas as coisas (SAFATLE, 2013), ou, ainda, desde que cada um se acredite livre para tudo desejar e tudo consumir, mas somente agora, historicamente, com responsabilidade por isso (não há novidade alguma no fato de que nossa sociedade é nociva à natureza e aos recursos naturais). Em relação a isso, um terceiro traço que nos chama a atenção é o uso do imperativo “cuide”, aliado ao destino, aliança que causa também um efeito paradoxal de coexistência de sentidos de autonomia e sujeição. Efeito esse relacionado ao processo de interpelação ideológica já que, conforme escreve Althusser (1980, p. 113), “[...] o indivíduo é interpelado como sujeito (livre) para que se submeta livremente às ordens do Sujeito, portanto para que aceite (livremente) a sua sujeição, portanto, para que ‘realize sozinho’ os gestos e os atos da sua sujeição”.

É assim que Althusser tenta definir o sujeito a partir de duas acepções: a primeira relacionada ao aspecto livre da subjetividade, que pode ter iniciativas e responsabilizar-se por seus atos, e a segunda, que diz respeito a um sujeito necessariamente submetido a uma

autoridade, estando livre apenas para aceitar a sua condição de sujeição. Se a condição de sujeição é a-histórica, já que a ideologia não possui uma história própria (ao contrário das ideologias), estando sempre presente, a forma como essa sujeição se passa é determinada pelas condições de produção.

Voltando, portanto, à metonímia de figuras de Outro proposta por Dufour (2005), o que se observa, na passagem de uma a outra figura, é a diminuição da distância entre o sujeito e o Sujeito: desde a distância intransponível do homem a Deus, passando pela distância relativizada pelo poder divino investido no Rei, até a “inclinação” do Sujeito ao sujeito na modernidade (DUFOUR, 2005), que ocuparia, a partir de então, o lugar central.

Para ilustrar a possibilidade de correlação de funcionamento das diferentes narrativas, podemos citar o filme *A árvore da vida*, de Terrence Malick (2011), que sobrepõe duas narrativas míticas, ou seja, narrativas ligadas à origem e ao destino da humanidade: por meio de uma sequência de imagens, o filme conta a teoria da evolução com o nascimento da vida, seu desenvolvimento, o surgimento da linguagem, da cultura (uma espécie de segunda natureza) em paralelo a uma série de falas (enunciados) sobre a graça, o dom da vida, que vêm compor uma narrativa religiosa. De certa forma, essas duas narrativas são correlatas por apresentarem um início (Gênesis e o surgimento da vida), desenvolvimento, interdições, transgressões até a previsão de um fim (apocalipse, de um lado, e a catástrofe ecológica, de outro).

O regime característico desse período é o da democracia, cujo sujeito seria marcado por uma “autonomia jurídica” e uma “total liberdade econômica” (DUFOUR, 2005, p. 71), ao contrário do período anterior de submissão ao Sujeito. Sendo o referente comum da democracia o indivíduo *livre e autônomo*, o que era heterorreferência passa a ser autorreferência. A origem do sujeito passa a ser o próprio sujeito, o que, além de criar uma série de problemas diferentes, não deve ser naturalizado.

Se antes, como mostram as narrativas gregas da *Iliada* e *Odisséia*, o homem recorre aos oráculos para saber de que forma agir, hoje o homem recorre a si, à sua interioridade, aos seus desejos (DUFOUR, 2005). Entretanto, essas manifestações de sinais divinos sobre como se orientar não estão em total desacordo com a narrativa ecológica: as manifestações da Natureza atualmente podem ser tomadas por alguns como sinais, mensagens codificadas sobre o destino da humanidade e, o mais importante, conselhos sobre como agir.

Ainda que o Mercado, que também faz as vezes de Outro ao orientar como devem se passar as relações entre os sujeitos, convoque incessantemente o sujeito ao consumo sem que, em nenhum momento da história, tal subjetividade tenha sido submetida ao olhar ou discursos públicos sobre limites ou autocontrole (FONTENELLE, 2010), os sinais da natureza, de acordo com o discurso ecológico, alertariam para os “perigos” do consumo “inconsequente”, criando consumidores que, culpados (afinal a culpabilidade é uma moeda do sujeito no pagamento à dívida com o Outro), procuram “consumir de forma consciente”, colocando em ação a responsabilidade por impor limites ao ‘sem limites’ do capitalismo de consumo ou a auto regulação do livre Mercado.

Podemos destacar aqui mais um recorte:

O que é o consumo consciente?

A humanidade já consome 30% mais recursos naturais do que a capacidade de renovação da Terra. Se os *padrões de consumo e produção* se mantiverem no atual patamar, em menos de 50 anos serão necessários dois planetas Terra para atender nossas necessidades de água, energia e alimentos. Não é preciso dizer que esta situação certamente ameaçará a vida no planeta, inclusive da própria humanidade. A melhor maneira de mudar isso é a partir das *escolhas de consumo*.

(MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, 201-, grifos nossos).

Assim como não haveria saída ao modo de produção atual, como vimos a partir de Zizek (1996), o que se observa, nos casos de “consumo consciente”, é a negação de uma via alternativa à do consumo. Nesse caso, o modo *como* se consome (ligado à *escolha* de formas diferentes de consumo) seria a única variável possível de ser manipulada, donde se extrai uma peculiaridade da nova relação do Mercado com os sujeitos: a responsabilização (e culpabilização) dos sujeitos consumidores em impor limites a si mesmos, para que, logo, se imponham limites ao capitalismo de consumo, como tratado anteriormente. Como afirma Zizek

(2004, p. 37), “[...] el hedonismo actual mezcla placer con restricción. [...] la cosa misma que causa los daños debe ser ya su remedio”<sup>1</sup>. Em outras palavras, Zizek apresenta: consome-se chocolate, como laxante; consome-se café, descafeinado; consomem-se molhos, sem a substância oleosa, consome-se cerveja, sem álcool... metonimicamente e, seguindo a linha exposta por Fontenelle (2010), consomem-se produtos ecológicos ou sustentáveis, sem a substância nociva à Natureza. Segundo Zizek (2004), consome-se toda uma variação de produtos amputados de suas substâncias, e compõe-se toda uma realidade amputada de sua substância, ou seja, todo um problema socioestrutural transfigura-se em vigília do bem-estar, questão de *self care* e escolhas conscientes de consumo.

Así como el café descafeinado tiene el aroma y el gusto del café verdadero, pero sin serlo, la realidad virtual es vivida como una realidad sin ser una realidad [...] todo está permitido, se puede disfrutar de todo, pero amputado de la sustancia que lo vuelve peligroso (ZIZEK, 2004, p. 36)<sup>2</sup>.

Aqui, o foco dado ao *consumo* em detrimento à *produção* pode ser entendido a partir da lógica da autonomia própria à contemporaneidade, bem como ao que há de imutável do ponto de vista dos modos de produção. A tensão entre manutenção e ruptura se coloca exclusivamente no âmbito do consumo, já que o Mercado somente poderia ser regulado pela mão invisível da oferta e procura.

Por outro lado, os efeitos do modo de produção (a devastação irrefreada da natureza e esgotamento de recursos naturais) funcionam como ameaça e, ao mesmo tempo, combustível ao Mercado, já que cria concorrência: é preciso consumir as marcas que estão em “paz e harmonia” com meio ambiente.

O consumidor consciente sabe que pode ser um agente transformador da sociedade por meio do seu *ato de consumo*. [...] o consumidor consciente valoriza as iniciativas de responsabilidade socioambiental das empresas, *dando preferência às companhias* que mais se empenham na construção da sustentabilidade por meio de suas práticas cotidianas (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, 201-, grifos nossos).

Destaquemos daqui uma paráfrase: *É preciso consumir*. Afinal, vende-se mais porque polui menos ou polui menos porque se vende mais?

Aqui, portanto, entra em questão o consumo como uma das características do contexto atual, que, ao contrário do que se imagina, apresenta uma complexidade que ultrapassa a simples queda da bolsa de 29 e, a partir de então, a crescente produção *just in time*. Segundo Harvey (1992), o crescimento do mercado em massa (em contraposição ao mercado de elite) aumentou a produção não somente de objetos materiais (como roupas, objetos de decoração etc.), mas também de estilos de vida e recreações. O autor aponta ainda a outra mudança, a passagem do *consumo de bens* para o *consumo de serviços*. A consequência é a eliminação do limite anterior (relacionado aos objetos e bens de consumo) no aspecto ilimitado dos estilos de vida e prestações de serviço.

É aqui que podemos localizar a eficiência de um discurso que aparentemente propõe a redução do consumo, ao mesmo tempo em que, por meio de um *marketing*, estabelece um estilo de vida a ser seguido, como uma reocupação do lugar que ocupavam os objetos já não mais tão desejáveis diante dos malefícios que causam ao meio ambiente. O que se consome aqui é o estilo de vida ecológico. Diante disso, o apelo publicitário de muitas empresas se faz justamente por meio do seu compromisso com o meio ambiente, com a redução da poluição e a consequência direta dessa política é o contraditório aumento do consumo de seus produtos.

## 6 CONSUMO, DISCURSO E IDENTIDADE

Segundo Sarti e Tfouni (2013, p. 268), a partir da segunda metade do século XX, “[...] aspectos imaginários que compunham a

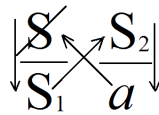
<sup>1</sup> “[...] o hedonismo atual mescla prazer com restrição. [...] a coisa mesma que causa danos deve ser seu remédio” (tradução nossa).

<sup>2</sup> “Assim como o café descafeinado tem o aroma e o gosto do café verdadeiro, mas sem sê-lo, a realidade virtual é vivida como uma realidade sem ser uma realidade. [...] tudo é permitido, se pode desfrutar de tudo, mas amputado da substância que o torna perigoso” (tradução nossa).



identidade dos sujeitos passam a ser reificados [...]”. Com isso, *slogans* e outras peças discursivas que corporificam a publicidade passam a ter como protagonista, não o produto em sua utilidade, mas aspectos para a construção de identidades particulares de valor compartilhável culturalmente, ou seja, estilos identitários que possam ser construídos, lidos e reconhecidos intersubjetivamente “[...] numa espécie de livre concurso ou liquidação de sinais particulares” (SARTI; TFOUNI, 2013, p. 269). O registro de insaciedade que aí se instala (por se tratar da construção do continente imaginário do eu), em contraposição ao da saciedade inerente à utilidade dos produtos, é intrínseco ao que articula Lacan em sua proposta do discurso do capitalista, uma vez que essa nova estratégia publicitária, segundo Dufour (2009), operacionaliza a estetização da economia libidinal, do desejo, no consumo.

Esse discurso, o quinto discurso proposto por Lacan, justamente se caracteriza pela ausência de interdições, que podiam ser observadas pelas barras e pela obrigatoriedade de um movimento em discursos anteriores. Se os outros quatro discursos apresentam operações impossíveis, barras de recalque e impossibilidade de passagens entre diferentes posições, no discurso capitalista, essas interdições são suspensas, fazendo com que a circularidade entre os lugares seja completa:



Além disso, é interessante notar que o discurso do capitalista seria um discurso do mestre renovado pela Ciência, pois, segundo Sarti e Tfouni (2013), ao contrário do discurso do mestre que sempre articula uma perda, um impossível de ser acessado pelo escravo (*a*) – do desejo do mestre sempre resta um mistério de como preenchê-lo pelo escravo –, no discurso do capitalista, essa perda (*a*) “[...] se conta, se contabiliza, se totaliza [...]” (LACAN, 1992, p. 169) sob a forma da mais-valia. Logo, segundo as autoras, desde que essa forma de saber sobre o que o mestre quer tenha validade universal sem pontos cegos (incidência da ciência sobre o mestre), a perda (*a*) é convertida em um objeto acessível a todos os sujeitos (SOUZA, 2003; CHEMAMA, 1997), segundo o saber próprio às leis do Mercado.

Isso, segundo Lacan (1969-70/1992), nos mostra que a pretensa liberação nada mais efetuou do que uma troca de senhor. Conforme Lacan (2008, p. 19): “Desde o momento em que o mercado define como mercadoria um objeto qualquer do trabalho humano, esse objeto carrega em si algo da mais-valia”. Como Sarti e Tfouni (2013) afirmam, não há reconhecimento dessa mediação significativa do saber do mestre capitalista, e tudo se passa como se toda mercadoria disposta ao consumo comportasse o valor a-mais de gozo, sem perdas. Bastaria aí consumir para que o desejo de completude, o desejo de dizer “Eu sou!” sem irrupção de falhas se sustente (em si e no Mercado simultaneamente). Entretanto, sempre ao consumirmos nos deparamos com um “não é isso” (VANIER, 2002) e com a frustração que a palavra, a mediação significativa supõe e, sob a ilusão de uma direção autônoma e consciente, passamos para o próximo, sempre mais “a minha cara”, sempre mais legal, melhor, ou, no caso aqui, mais “sustentável”, “ético”, “responsável”, “ecológico”, “cidadão” etc... o que conduz o sujeito a se perder “[...] nas maquinações do sistema de linguagem, no labirinto dos sistemas de referência que lhe dá o estatuto cultural [...]” (LACAN, 1986, p. 63), sem alternativas socioestruturais reais em “[...] una revolución sin revolución”<sup>3</sup> (ZIZEK, 2004, p. 36).

Daí porque, a partir do funcionamento do discurso capitalista, é sempre possível tamponar as rupturas que se instalam, fazendo-as funcionar a partir dessa lógica de sustentação de um novo mestre, o Mercado, cujas coordenadas lógicas subsidiam uma sociedade do pensamento que escamoteia aquilo que a determina e produz seu sujeito: aquele que se faz por si e de si mesmo (SARTI; TFOUNI, 2013) e, com isso, tem de se haver com uma Natureza à beira de um colapso (ou de uma vingança?).

<sup>3</sup> “[...] uma revolução sem revolução” (tradução nossa).

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Segundo Dufour (2005, p. 70),

[...] a grande força da narrativa ecológica é a predição apocalíptica que ela traz consigo. Ela se tornou muito mais digna de crédito que as velhas profecias apocalípticas religiosas, repisadas há milênios. Essa narrativa se vê, pois, suscetível de captar as massas prontas a verdadeiramente ter medo – e compreender-se.

Essa narrativa, pelo seu caráter trágico (não se saberia exatamente as consequências dos atos humanos, por isso seria preciso se prevenir para o pior), acaba por ocupar um lugar central. O apocalipse como horizonte à espreita é o protagonista da narrativa ecológica. Algumas questões podem nos guiar para pensar a substituição das narrativas: as novas formas de consumir (pensando verde) nos dariam tanto mais poder de "barganha" quanto a confissão a um padre ou o batismo etc.? A catástrofe esperada é tão (ou mais?) caprichosa quanto os cavaleiros do apocalipse? Para ilustrar o caráter impiedoso, podemos citar o filme *Melancholia*, de Lars von Trier (2011), diante da tragédia "não tem para onde correr, não tem onde se esconder". Ela é caprichosa, não deixará de cumprir seu destino, que, em última instância, Freud já nos advertiu, é a morte. As catástrofes da natureza, como tsunamis, terremotos, mortes, extinção de espécies, sempre estiveram presentes; nada que desresponsabilize os cidadãos dos rituais dos três "Rs" (reciclar, reduzir e reaproveitar). Zizek (2004) nos lembra que é também dessas catástrofes que o homem extrai lucro: afinal, o petróleo nada mais é que o depósito de animais e vegetais mortos no fundo dos oceanos e lagos durante milhões de anos.

Entretanto, segundo Dufour (2005), o divórcio entre Homem e Natureza ocorreu há muito tempo. É por isso que uma catástrofe ecológica nunca pode ser separada do político, ou podemos entender o furacão de Nova Orleans somente como um acontecimento lastimável? A natureza, quando ligada aos homens, nunca pode ser separada disso que o homem criou como uma segunda natureza: a cultura.

É preciso que a defesa à Natureza seja, acima de tudo, rentável, ou, no mínimo, organize a culpabilidade (característica do sujeito moderno) diante da sua exploração e garanta um fiador a mais no campo do consumo para que o sujeito possa enredar, mesmo que precariamente, um "Eu sou".

## REFERÊNCIAS

ALTHUSSER, L. *Ideologia e aparelhos ideológicos do Estado*. Lisboa: Editorial Presença, 1980.

CHEMAMA, R. Um sujeito para o objeto. In: GOLDENBERG, R. (Org.). *Goza!/: capitalismo, globalização e psicanálise*. Salvador: Algama, 1997. p. 3-39.

DUFOUR, D-R. *A arte de reduzir cabeças: sobre a nova servidão na sociedade ultraliberal*. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2005.

DUFOUR, D-R. *Divino mercado: a revolução cultural liberal*. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2009.

FONTENELLE, I. A. O fetiche do eu autônomo: consumo responsável, excesso e redenção como mercadoria. *Psicologia & sociedade*, Belo Horizonte, v.22n n.2, p. 215-224, 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/psoc/v22n2/02.pdf>>. Acesso em: 17 jul. 2015.

GINZBURG, C. Sinais: Raízes de um paradigma indiciário. In: \_\_\_\_\_. *Mitos, emblemas e sinais*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990. p. 143-180.

HARVEY, D. *A condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança social*. São Paulo: Editora Loyola, 1992.

LACAN, J. *O seminário, Livro 16, De um Outro ao outro* (1968-69). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

\_\_\_\_\_. *O seminário, Livro 17, O avesso da psicanálise* (1969-70). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1992.

\_\_\_\_\_. *O seminário, Livro 1, Os escritos técnicos de Freud* (1953-54). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986.

MATAR, H. *O peso da ação social das empresas na visão do consumidor*. Disponível em: <<http://www.akatu.org.br/Temas/Consumo-Consciente/Posts/O-peso-da-acao-social-das-empresas-na-visao-do-consumidor>>. Acesso em: 15 jul. 2015.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. Disponível em: <<https://www.facebook.com/MinisteriodoTurismo/photos/pb.191335504231236.-2207520000.1436798019./930673483630764/?type=3&theater>>. Acesso em 13 de jul. 2015.

PÊCHEUX, M. Papel da memória. In: ACHARD, P. [et al.]. *Papel da memória*. Campinas: Pontes Editores, 2010. p. 49-57.

SAFATLE, V. *A esquerda que não teme dizer seu nome*. São Paulo: Três Estrelas, 2013.

\_\_\_\_\_. *Cinismo e falência da crítica*. São Paulo: Boitempo, 2008.

SALECL, R. *Sobre a felicidade: ansiedade e consumo na era do hipercapitalismo*. São Paulo: Alameda, 2005.

SARTI, M. M. O destino trágico do sujeito face à medicalização e à capitalização de sua negatividade. In: BARROS, R. C. B.; MASINI, L. (Org.). *Sociedade e medicalização*. Campinas, SP: Pontes, 2015. p. 53-69.

SARTI, M. M.; TFOUNI, L. V. Por uma língua-objeto: o avesso do gozo na cultura de consumo. *Ágora*, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, p. 267-282, dez. 2013. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1516-14982013000200006&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-14982013000200006&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 16 jul. 2015.

SILVA, T. D. da. A linguagem e a questão ambiental – representações políticas, cidadania e produção social. *Entremeios* [Revista de Estudos do Discurso Pouso Alegre (MG), v. 12, p. 129-142, jan./jun. 2016. Disponível em: <<http://www.entremeios.inf.br/published/321.pdf>>. Acesso em: 01 jul. 2016.

SOUZA, A. *Os discursos na psicanálise*. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2003.

VANIER, Alain. O sintoma social. *Ágora*, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, p. 205-217, dez. 2002. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1516-14982002000200001&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-14982002000200001&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 07 jul. 2015.

ZIZEK, S. *Lacrimae Rerumi: ensaios sobre cinema moderno*. São Paulo: Boitempo, 2009.

\_\_\_\_\_. *A visão em paralaxe*. São Paulo: Boitempo, 2008.

\_\_\_\_\_. *El Homo Sacer* como objeto del discurso de la univesidad. In: ZARKA, C. Y. *Jacques Lacan: psicoanálisis y politica*. Buenos Aires: Nueva Visión, 2004. p. 33-50.

\_\_\_\_\_. Introdução: o espectro da ideologia. In: \_\_\_\_\_. *Um mapa da ideologia*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996. p. 7-38.

Recebido em 07/07/2016. Aceito em 11/11/2016.