V ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI MONTEVIDÉU – URUGUAI

SOCIOLOGIA, ANTROPOLOGIA E CULTURA JURÍDICAS

RUBENS BEÇAK

LUIS EDUARDO MORAS

Copyright © 2016 Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

Todos os direitos reservados e protegidos.
Nenhuma parte deste livro poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria – CONPEDI
Presidente - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UNICAP
Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Ingo Wolfgang Sarlet – PUC - RS
Vice-presidente Sudeste - Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim – UCAM
Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Maria dos Remédios Fontes Silva – UFRN
Vice-presidente Norte/Centro - Profa. Dra. Julia Maurmann Ximenes – IDP
Secretário Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba – UFSC
Secretário Adjunto - Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto – Mackenzie

Representante Discente – Doutoranda Vivian de Almeida Gregori Torres – USP

Conselho Fiscal:
Prof. Msc. Caio Augusto Souza Lara – ESDH
Prof. Dr. José Querino Tavares Neto – UFG/PUC PR
Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini Sanches – UNINOVE
Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva – UFS (suplente)
Prof. Dr. Fernando Antonio de Carvalho Dantas – UFG (suplente)

Secretarias:
Relações Institucionais – Ministro José Barroso Filho – IDP
Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho – UPF
Educação Jurídica – Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues – IMED/ABEDi
Eventos – Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta – FUMEC
Prof. Dr. Jose Luiz Quadros de Magalhaes – UFMG
Profa. Dra. Monica Herman Salem Caggiano – USP
Prof. Dr. Valter Moura do Carmo – UNIMAR
Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr – UNICURITIBA
Comunicação – Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro – UNOESC

S678
Sociologia, antropologia e cultura jurídicas [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/UdelaR/Unisinos/ URI/UFSM /Univali/UPF/FURG;

Coordenadores: Luis Eduardo Moras, Rubens Beçak – Florianópolis: CONPEDI, 2016.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-85-5505-270-5
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: Instituciones y desarrollo en la hora actual de América Latina

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Interncionais. 2. Sociedade. 3. Conflito. 4. Movimentos sociais. I. Encontro Internacional do CONPEDI (5. : 2016 : Montevidéu, URU).

CDU: 34

Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito
Florianópolis – Santa Catarina – Brasil
www.conpedi.org.br

Universidad de la República
Montevideo – Uruguay
www.fder.edu.uy

V ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI MONTEVIDÉU – URUGUAI

SOCIOLOGIA, ANTROPOLOGIA E CULTURA JURÍDICAS

Apresentação

O CONPEDI - Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Direito tem, na sua sequência de realização de eventos, mormente os seus famosos Encontros e Congressos, a apresentação de trabalhos em Grupos com temáticas específicas.

Esta parece, aliás, tradição já afirmada, com igual relevância àquela dedicada na discussão de problemáticas inerentes à área, networking (numa era em que a 'vaso'-comunicação é enormemente valorizada) etc.

Este horizonte alargou-se bastante com a acertada decisão da realização também de Encontros Internacionais, sendo a sua primeira aquela no ano de 2014, em Barcelona – Espanha, sucedida pelos igualmente exitosos encontros de Baltimore - EUA e Madrid – Espanha (2015) e Oñati – Espanha (2016), culminando com este agora, o de número V, em Montevideu – Uruguai.

Se a importância da realização dos encontros internacionais é sobeja, a abertura para sua implementação na América Latina é fundamental para o resgate da comunicação, no caso acadêmico-científica, que o Brasil parece dever aos países da região.

De fato. Sem desconhecer a relevância das relações com o denominado primeiro mundo, porta de excelência do que melhor se realiza na área, os países latino-americanos e, no caso do Uruguai, país nosso parceiro do Mercosul-Mercosur, faz-nos lembrar que o compartilhamento de determinadas injunções geográficas e geopolíticas é fronteira inescapável de tudo que fazemos.

O GT com a incumbência da discussão dos trabalhos ligados à subárea dos estudos em SOCIOLOGIA, ANTROPOLOGIA E CULTURA JURÍDICAS é um daqueles que, quer pela expressão do número de trabalhos ali submetidos, como pela sua evidente qualidade, demonstra a acerto da decisão pela internacionalização e sua aceitação.

Ademais, os debates ali vividos, em excelente ambiente de cooperação científica, fizeram perceber este GT como um daqueles em que a qualidade investigativa bem se evidenciou.

Para além da discussão dos rumos da Pós-graduação em nosso país, a certeza de estarmos contribuindo para a afirmação desta entidade científica nesta expressão internacional e regional muito nos alegra.

Também, gize-se, a possibilidade da edição dos trabalhos apresentados e discutidos, possibilita que todos aqueles interessados no tema aproveitem este material e possam, com a leitura dos trabalhos aqui constantes, para além do necessário registro, acrescerem algo em suas próprias indagações, estudos e pesquisas.

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP

Prof. Dr. Luis Eduardo Morás - UDELAR

O CONSUMIDOR NA SOCIEDADE (PÓS) MODERNA E A LUTA POR RECONHECIMENTO: PARA ALÉM DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

LA SOCIEDAD DE CONSUMO (POST) MODERNA Y LA LUCHA POR EL RECONOCIMIENTO: ADEMÁS DE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES

Carlos Alexandre Michaello Marques

Resumo

O presente estudo consistiu em analisar a temática do consumo sob as teorias da Escola de Frankfurt. Neste percurso se analisou a relação do consumo no âmbito das Ciências Jurídicas e Sociais, com vistas a identificar a necessidade de uma Sociologia do Consumo. Com o suporte da psicanálise e da psicologia social, se percebeu a influência do desejo e das representações sociais neste cenário contemporâneo de múltiplas simbioses. Foi observada a construção das lutas por reconhecimento e suas imbricações com a sociedade de consumo (pós-moderna) e a tentativa de rompimento das representações sociais encadeada por essas lutas na esfera pública.

Palavras-chave: Consumo, Representações sociais, Reconhecimento

Abstract/Resumen/Résumé

El estudio analizó el tema de consumo bajo las teorías de la Escuela de Frankfurt. Si analizó la relación del consumo en el contexto de las Ciencias jurídicas y sociales, a fin de determinar la necesidad de una sociología del consumo. Con el apoyo del psicoanálisis y la psicología social, se dio cuenta de la influencia del deseo y de representaciones sociales en la contemporaneidad. Se observó la construcción de las luchas por el reconocimiento y su impacto con la sociedad de consumo (posmoderna) y intención de la ruptura de representaciones sociales encadenados por estas luchas en la esfera pública.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Consumo, Representaciones sociales, Reconocimiento

1 INTRODUÇÃO

Os estudos sobre consumo estão em crescimento exponencial nas últimas décadas, as ciências sociais vêm sendo o campo mais fértil destas discussões, em especial na seara da Sociologia e da Psicologia. Os efeitos destas pesquisas têm repercutido de maneira bastante contundente em diversos setores da sociedade contemporânea, bem como em outras áreas do conhecimento como a Administração, a Economia e o Direito, que ainda se mostra neófito nestes debates.

Nesse sentido, as altercações estabelecidas nesta órbita recebem sensíveis aportes teóricos dos pensadores da Escola de Frankfurt, e da Teoria Crítica por eles desenvolvida, em especial as contribuições de Herbert Marcuse (1975) em relação ao consumo, Jürgen Habermas (2002) ao que tange à esfera pública e Axel Honneth (2003) no tocante ao reconhecimento. Os diálogos que estes filósofos-sociais, que podem ser considerados como representantes das três gerações desta escola, estabeleceram com a Psicanálise de Sigmund Freud e Donald Woods Winnicott, foram determinantes para a compreensão das bases de fenômenos sociais complexos como o consumo.

Embora o arcabouço teórico frankfurtiano seja de qualidade ímpar para discussão das relações sociais de consumo, o avanço na seara da psicologia social é indispensável para um debate mais arraigado em uma concepção de complexidade social. Com isso, os colóquios com as forças cultural e simbólica de autoridade, delineiam o caminho trilhado pelas influências do capitalismo contemporâneo, nestas relações e seus reflexos segue o que Serge Moscovici (2009) define como Representações Sociais. Assim, se estabelece como problema de pesquisa, em que medida, a Teoria do Reconhecimento e a Teoria das Representações Sociais podem repercutir positivamente para processo de constituição do sujeito?

Neste contexto, o objetivo é de que a teoria do reconhecimento de Axel Honneth (2003) seja confrontada com as representações sociais identificadas por Serge Moscovici (2009) com vista à superação destas, pois o processo de constituição do sujeito consumidor é marcado, em grande parte, por suas influências, o afastando da consciência individual. Para tanto, é imperioso proceder ao esclarecimento das consequências da ausência de reflexão acerca da aquisição da identidade para além das ideologias dominantes, bem como os motivos pelos quais é indispensável o pensamento interdisciplinar neste campo. O método de pesquisa utilizado para atingir os objetivos propostos é o interdisciplinar, tendo em vista a complexidade de abordagens necessária para o enfrentamento da temática proposta.

2 O CONSUMO E SUA RELAÇÃO COM AS CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS

Muitos estudos foram empreendidos nas últimas décadas, nas ciências jurídicas e sociais, acerca das mais diversas temáticas que urgem e emergem do seio da sociedade. Todavia uma categoria estrutural do tecido social, desde Herbert Marcuse - um dos integrantes e, precursor da Escola de Frankfurt -, não vem recebendo a proeminência devida, trata-se dos estudos que contemplam o consumo.

O Direito e a Sociologia direcionaram seus estudos e pesquisas invariavelmente com as críticas marxianas e marxistas para um objeto mais concreto de inflexão na sociedade, o Trabalho. Entretanto, é possível perceber que as relações laborais da modernidade estão diuturnamente entrelaçadas com a capacidade, a reflexividade, bem como com as notas culturais do consumo na atual sociedade, seja ela caracterizada como de Consumo ou o próprio fenômeno como o Consumismo. (MARQUES, 2016).

2.1 Consumo, Consumidor e Cultura

As ciências jurídicas, em sua matriz positivista e dogmática, têm reduzido claramente a importância da discussão do consumo à figura do consumidor na seara de sua proteção, leia-se com isto o Código de Proteção e Defesa do Consumidor - CDC. Esta empresa reducionista do positivismo é fruto também do diminuto contato que o Direito estabelece com as demais Ciências Sociais e com a Filosofia, preterindo assim um conhecimento pré-constituído, que poderia deslocar o *locus* do indivíduo ao social. (MARQUES, 2016).

Todavia, lentamente esse processo tem sido revertido nas últimas décadas do século XX ao limiar do século XXI, onde autores como Colin Campbell (2006) e Mike Featherstone (1995) se debruçaram na mais complexa simbiose entre Cultura e Consumo, sobretudo notadamente na inflexão de uma transposição da modernidade à pós-modernidade[1], ponto que ainda não está totalmente aclarado dentro da tradição teórico-filosófica contemporânea.

Assim, para uma melhor compreensão do fenômeno do consumo é mister a reconstrução histórica que estabeleceu a ruptura e, por consequência, assentou a tradição moderna ocidental, qual seja, a primeira Revolução Industrial, momento que se sobressai o

[1] Segundo Mike Featherstone "[...] falar em pós-modernidade é sugerir a mudança de uma época para outra ou a interrupção da modernidade, envolvendo a emergência de uma nova totalidade social, com seus princípios organizadores próprios e distintos." (1995, p. 20).

trabalho e a produção como modos próprios de sustentação do sistema em ascensão, o capitalismo. Dessa forma, para Barbosa e Campbell:

> É preciso salientar, porém, que não é objetivo desse revisionismo substituir a Revolução Industrial por uma de Consumo na historiografia oficial das origens da sociedade contemporânea. Mas apontar a anterioridade de uma revolução comercial e de consumo e a relevância das três para a construção do mundo moderno. (2006, p.33)

Diante dessa reflexão de pré-existência e/ou concomitância entre as revoluções é possível perceber a necessidade de revisitar as bases da sociedade contemporânea, pois o fato de o consumo ser tratado como um objeto do individualismo, ou apenas egoisticamente com a pecha de crítica aos momentos de deleite, experimentados pelas classes mais abastadas, não conjetura com um estudo mais arraigado. O consumo tal qual se processa no atual momento social, está sim, mais contido no estrato substancial do individuo como ser cultural e partícipe de um movimento agregador de suas expectativas, ou de acolhimento e reconhecimento aos seus processos íntimos mais básicos dentro da sociedade de consumo. (MARQUES, 2016)

De acordo com Mike Featherstone o consumo enquanto teoria cultural está alicerçado em três perspectivas fundamentais: "[...] tem como premissa a expansão da produção capitalista de mercadorias [...]" (1995, p. 31), o que pode ser observado na proliferação de bens e ambientes de consumo; "[...] a concepção mais estritamente sociológica de que a relação entre satisfação proporcionada pelos bens e seu acesso socialmente estruturado é jogo de soma de zero [...]" (1995, p. 31), ou seja os bens adquiridos são necessários para a distinção no seio social; "[...] a questão dos prazeres emocionais do consumo, os sonhos e desejos celebrados no imaginário cultural consumista [...]" (1995, p. 31), os quais promovem prazeres físicos, biológicos e estéticos específicos próprios do ato.

Destas ponderações é que surgem as anfibologias da sociologia, que pode ser do consumo ou do consumismo, e que é arquitetada e edificada sobre os aspectos culturais da sociedade contemporânea. Nesse sentido questiona-se igualmente que variante seria mais adequada à compreensão do fenômeno que estabelece estreita relação com simbólico (BOURDIEU, 2012), e com estético (ADORNO, 1985).

2.2 Por uma sociologia do consumo ou do consumismo?

Emerge uma considerável dúvida, a qual permeia alguns estudos sociológicos atualmente, que reside na imprecisão se a sociologia que vem sendo desenvolvida nestes

estudos é do consumo ou do consumismo. Nesse sentido, é possível observar com a distinção estabelecida por Zygmunt Bauman (2007, p. 41), que opõe essas categorias, por entender serem distintas, afirmando que o consumo é uma ocupação do ser humano, enquanto indivíduo, já "o consumismo é um atributo da sociedade."

Embora com certo grau distintivo, ambas devem ser compreendidas em seu relacionamento ínsito e, como partes integrantes e construtoras de um mesmo fenômeno, a migração e posterior consolidação da sociedade de consumidores, sucessora da sociedade de produtores. Tendo em vista que o "consumismo chega quando o consumo assume o papel-chave que na sociedade de produtores era exercido pelo trabalho." (BAUMAN, 2007, p. 41) Dessa feita, é importante frisar ainda, que segundo o autor, uma observação desta denominada Revolução Consumista se faz indispensável, pois há um deslocamento na curva estabelecida pelo consumo e sua importância intrassocial.

Em posição destoante de Zygmunt Bauman, Colin Campbell não faz distinção acerca dos termos ou categorias, consumo e consumismo, ao pontuar que os estudos sobre o consumo são extremamente complexos. Nesse sentido se faz "fundamental explorar profundamente as relações entre cultura, consumo e as diversas concepções de pessoa, indivíduo, relações sociais, formas e mediação e comunidades a que o consumo está ligado no mundo contemporâneo." (2006, p. 42).

Todavia é possível notar uma convergência de posições no que tange ao indivíduo confirmar ou mesmo desenvolver (criar) sua identidade (auto-identidade) no âmbito de suas relações sociais de consumo, tendo em vista que este pode ser considerado quase uma atividade primária do ser humano no estágio atual da sociedade, nesta busca por felicidade e *status* (CAMPBELL, 2006). Nesse sentido Zygmunt Bauman descreve que:

> A maior atração de uma vida de compras é a oferta abundante de novos começos e ressurreições (chances de "renascer"). Embora essa oferta possa ser ocasionalmente percebida como fraudulenta e, em última instância, frustrante, a estratégia da atenção contínua à construção e reconstrução da auto-identidade, com a ajuda de kits identitários fornecidos pelo mercado, continuará sendo a única estratégia plausível ou "razoável que se pode seguir num ambiente caleidoscopicamente instável no qual "projetos para toda a vida" e planos de longo prazo não são propostas realistas, além de serem vistos como insensatos e desaconselháveis. (2007, p. 66)

É nesse sentido que a constituída Sociedade de Consumo (ou de Consumidores) absorve as individualidades e as assimila para o cumprimento de suas metas "neocapitalistas", reificando o consumo e desenvolvendo suas estratégias de dominação universalizantes. "O indivíduo falsamente abstraído tem sido tristemente enganador no pensamento político

ocidental [...]" (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2009, p. 110), pois é imprescindível perceber que o indivíduo não "existe senão fixado na cultura de sua época e lugar.". (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2009, p. 110).

Todavia, a cultura, tem de toda sorte, participado desta reificação promovida no *front* capitalista da sociedade contemporânea. De certo é que os estudos acerca do consumo, seja de maneira autônoma ou por intermédio de uma especialização como a Sociologia do Consumo, são cogentes para o enriquecimento das discussões estabelecidas na seara das Ciências Sociais na sociedade atual, visto que a compreensão do fenômeno clarifica e avigora a necessária interdisciplinaridade. (MARQUES, 2016).

3 CONSUMO E NATUREZA HUMANA: A INTER E A INTRASUBJETIVIDADE

O consumo enquanto manifestação produzida pelo ser humano é de antecedente tão incerto como a própria organização social, mas naturalmente obteve a consolidação de nomenclatura e sentido, na historiografia oficial no final do século XX, momento em que os estudos foram aprofundados e se rediscutiu a base científico-teórica de sua observação nas ciências.

A consolidação do capitalismo em nível global e o fenômeno da globalização fizeram emergir as mais diversas trocas, sujeições e processos de dominação econômica e cultural. O entrelaçamento destes movimentos trouxe profundas alterações nas relações sociais e, por consequência no ser humano, enquanto ser social, pois seus desejos se transformaram e os conceitos consolidados de consumo foram intensamente alterados nesta seara.

3.1 Os desejos em tempos de capitalismo contemporâneo

Com a implementação do projeto da modernidade iluminista ocidental, o lugar ocupado pela religião foi substituído pela razão. Dessa forma a morte de Deus, marca uma transição para o culto da "Razão". Todavia, jungidas à razão, são identificadas "as duas patologias do pensamento ocidental - o hiper-racionalismo e a irracionalidade" (BETTS, 2003, p. 86) que por sua vez tendem a modificar substancialmente a compreensão dos desejos que neste diapasão se imiscuem com as aspirações capitalistas contemporâneas.

Dessa forma, é possível identificar uma antiga ruptura nas relações interpessoais, pois os indivíduos não estão mais rivalizando pela posse de bens com a exclusão imediata do

outro[2], mas sim estão em constante processo de autorrealização em que "[...] os consumidores projetariam, então seus desejos nas mercadorias para, em seguida, se expressarem por estas mercadorias, emprestando delas suas qualidades." (GUIMARÃES, 2003, pp. 30-31).

> Na relação inter-humana, entrelaçam-se continuamente as dimensões do real, do imaginário e do simbólico. Com o declínio das tradições e outras formas simbólicas de designar o que representa aos seres humanos nas suas relações inter-humanas, há um inchaço das formas imaginárias, que tendem à oposição do narcisismo das pequenas diferenças ou à loucura, se ficamos colados a elas, por falta de mediação simbólica. (BETTS, 2003, p. 93).

Os desejos humanos passaram a operar em uma nova lógica, onde não somente as necessidades básicas controlam o seu agir, mas sim operações bem mais complexas, envolvendo o real, o imaginário e o simbólico como referido por Jaime Betts (2003) em suas leituras de Sigmund Freud e Jacques Lacan. Assim, este movimento recebe um aporte sensível de estímulos que promovem a dúbia constituição do sujeito consumidor na sociedade contemporânea, pois,

> Somos confrontados, então, com uma linguagem dos prazeres que nos faz desejar mais, na impossibilidade de satisfazer nossos desejos, e que, ao mesmo tempo, tem o poder de criar identidades, uma vez que não podem ser confrontadas com um "interior" verdadeiro. (GUIMARÃES, 2003, p. 28).

Neste ínterim, é possível identificar que os "vínculos reais entre o indivíduo e a sua cultura estão soltos. Essa cultura era, no e para o indivíduo, o sistema de inibições que gerava e regenerava os valores e instituições predominantes.". (MARCUSE, 1975, p. 102) Essa fratura social erigida pela dissociação entre o freio estabelecido pelo conceito Marcuseano de Cultura e a edificação do que se compreende atualmente por cultura, faz florescer a influência do capitalismo contemporâneo nas relações de desenvolvimento humano.

Com isso resta identificado que os indivíduos perpassam fases importantes de seu desenvolvimento de maneira incompleta, tendendo invariavelmente a uma constituição de identidade distorcida, através de representações sociais como a do sujeito consumidor da modernidade. "O objeto do desejo não é aquele cujas qualidades específicas satisfaria o desejo por sua presença, ou frustraria por sua ausência, sua função é de ser causa do desejo, suscitá-lo". (LACAN, 1992, p. 120) E, é exatamente dentro deste contexto que se faz mister a compreensão de como essas relações intra e interpessoais podem influenciar a constituição

---

[2] Entende-se neste tocante a expressão outro no sentido do ser semelhante ao indivíduo, de mesma natureza e constituição orgânica.

deste sujeito moderno e o que é necessário romper com vistas a uma superação deste dilema na sociedade pós-moderna.

3.2 A constituição do sujeito consumidor por intermédio das "representações sociais"

A constituição do sujeito é tema de enorme complexidade na Psicologia contemporânea, o que de qualquer sorte faz interações sensíveis com questões ligadas à identidade, cultura, e até mesmo é possível aproximar dos estudos sobre consumo. De outra banda, as representações sociais, tema que encontra terreno fértil de discussão na psicologia social, é frequente endereço de altercações acerca da constituição do sujeito, e nesse sentido é importante o esclarecimento de seu significado.

O termo Representação Social ou "RS", cunhado por Serge Moscovici (2009), está sempre relacionado com a representação de alguma coisa ou de alguém - objeto ou sujeito respectivamente. Assim, é conceituado como um conjunto de ideias e explicações oriundas do senso comum da vida cotidiana que permeia as comunicações de um determinado grupo. Assim, as representações tomam corpo no mundo real tornando-se de certa forma como verdade, e por imagens e ideias são compartilhadas nas relações através da linguagem.

Para tanto, existem dois mecanismos fundamentais neste processo, que são a ancoragem e a objetivação, nos quais é possível categorizar e nomear o que não é familiar - alguém ou alguma coisa -, e por fim tornar o não familiar em familiar, respectivamente. (MOSCOVICI, 2009) Dessa forma, "[...] para compreender a cultura pós-moderna, não é preciso apenas ler os signos, mas olhar como os signos são usados por configurações de pessoas em suas práticas cotidianas." (FEATHERSTONE, 1995, pp. 93-94).

Nesse sentido, as representações são de função dual: sendo convencionalizantes, pois são estabelecidos modelos em que as pessoas ou objetos devem se adequar, para que sejam compreendidos e decodificados - os indivíduos são fruto de suas representações anteriores, cultura e linguagem, e só conseguem ver aquilo que lhes é permitido pelas convenções em que estão imersos e categorizados -; e pela prescritividade, pois as mesmas se impõe, por intermédio de uma força irresistível, visto sua anterioridade de criadora frente à posterior reflexão do indivíduo. (MOSCOVICI, 2009) Dessa feita, é perceptível a relação com consumo/consumismo, pois

> Como a sociedade afluente depende cada vez mais da ininterrupta produção e consumo do supérfluo, dos novos inventos, do obsoletismo planejado e dos meios de destruição, os indivíduos têm de adaptar-se a esses requisitos de um modo que excede os caminhos tradicionais. (MARCUSE, 1975, p. 13).

Com isso, resta clarificado que as representações sociais não são criações individuais, são edificações discursivas da coletividade (pessoas e grupos) e que quanto mais afastada do consciente estiverem, maior será a intensidade de sua influência sobre os indivíduos isolada ou coletivamente. Diante de seu caráter autopoiético, permite que novas representações assumam lugar de velhas representações, que não mais têm a presença marcante de sua dupla função. (MOSCOVICI, 2009).

Todo este processo é dinâmico, fazendo com que a circulação e o desenvolvimento das representações sociais sejam rapidamente transformadas em senso comum, como já referido na própria conceituação da mesma. O elo que se estabelece em relação à constituição do sujeito também está no meio de profusão, e sua principal sustentação, é a comunicação, a discursividade, e por fim a ideologia que é construída na interação no seio social. Neste ínterim, pode-se perceber que a "[...] ideologia hodierna reside em que a produção e o consumo reproduzem e justificam a dominação." (MARCUSE, 1975, p. 99).

Dessa forma, parafraseando Moscovici (2009), quanto mais o sujeito consumidor estiver submergido e afastado da consciência, maior será a influência das representações sociais sobre ele. Igualmente, a constituição deste sujeito estará sujeita a grande autoridade das representações as quais está submetido, que neste caso têm o toque especial do capitalismo contemporâneo.

Com isso, o indivíduo para ser parte (se convencionalizar), deve agir de maneira estereotipada, como um consumidor de uma sociedade ocidentalizada da modernidade é representado, qual seja o indivíduo que possui crédito, que detém o poder de adquirir bens, mesmo que não sejam necessários, mas que o tornará com esse ato parte daquela representação que ele sequer percebe, pois sua anterioridade não lhe permite. (MOSCOVICI, 2009) De qualquer sorte, do individual ao coletivo e deste ao retorno, o indivíduo é parte imperativa do processo que culminará com uma busca por reconhecimento, contido ou não em representações sociais ou pelos ditames culturais.

4 A LUTA POR RECONHECIMENTO E A SUPERAÇÃO DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS NA SOCIEDADE PÓS-MODERNA

O reconhecimento, enquanto categoria social-filosófica constituída por Hegel, foi resgatada por diversos pensadores como Charles Taylor, Axel Honneth, Nancy Fraser e

Jürgen Habermas[3], pois todos buscavam ressaltar a importância teórica desta às relações sociais, e assim o tornando um instrumento heurístico promissor. (MENDONÇA, 2007) Dessa forma, cada qual se debruçou sobre o reconhecimento de maneira um tanto particular e distinta, estabelecendo diversos diálogos entre si, o que tornou mais opulenta a produção acadêmica neste ínterim, ora com aproximações, ora com divergências sensíveis.

Todavia, destaca-se que para sustentação da interação entre representações sociais e os estudos sobre o consumo, a matriz teórica desenvolvida por Axel Honneth, a qual apresenta uma visão mais ampla de reconhecimento, traz o suporte necessário para discussão na sociedade pós-moderna, com a inserção do conflito social em suas discussões. Ademais, a mesma foi desenvolvida tendo como pedra angular a Teoria Crítica, já em sua versão atualizada por Habermas, que inseriu os processos discursivos que são cogentes à compreensão das representações sociais.

4.1 A Luta por reconhecimento e sua relação com consumo na sociedade pós-moderna

No desenvolvimento de sua teoria, Axel Honneth (2003) elegeu por revisitar e reinterpretar as esferas do reconhecimento desenvolvidas pelos filósofos Georg Wilhelm Friedrich Hegel e George Herbert Mead[4], e com isso estabelecê-las com a seguinte demarcação: do amor[5]; dos direitos[6] e da estima social[7]. A construção teórica de Honneth (2003) dialoga também de maneira muito próxima com a Psicanálise Donald Woods Winnicott e suas contribuições à Psicologia do Desenvolvimento, como as relações estabelecidas entre mãe e filho.

As duas primeiras esferas, embora sejam imperiosas à compreensão em uma visão global, de completude da proposição teórica do autor, não são de relevância para a discussão

---

[3] Nesse sentido, Habermas (2002, p. 235) afirma que: "A 'acromatopia' do enfoque seletivo de leitura desaparece desde que atribuamos aos portadores dos direitos subjetivos uma identidade concebida de maneira intersubjetiva. Pessoas, inclusive pessoas do direito, só são individualizadas por meio da coletivização em sociedade. Sob essa premissa, uma teoria dos direitos entendida de maneira correta bem exigir exatamente a política de reconhecimento que preserva a integridade do indivíduo, inclusive nos contextos vitais que conformam sua identidade."

[4] George Hebert Mead, psicólogo que por meio da psicologia social, defendeu "a gênese social da identidade e vê a evolução moral da sociedade na luta por reconhecimento." (MENDONÇA, 2007, p. 172).

[5] Representa as relações sociais de autoconfiança que "é a primeira forma de interação social, sendo fundamental na constituição da personalidade do indivíduo, pois decorre das relações de amor e amizade. (BUNCHAFT, 2012, p. 144).

[6] Representa as relações sociais de autorrespeito onde os indivíduos por "meio da atribuição de princípios morais universalistas consagrados nos sistemas jurídicos, constroem sua autoimagem [...]". (BUNCHAFT, 2012, p. 144).

[7] Representa as relações sociais de autoestima "que conduz ao reconhecimento, porquanto os indivíduos tornam-se socialmente estimados em razão de suas características e realizações no âmbito da divisão do trabalho de uma comunidade específica" (BUNCHAFT, 2012, p. 144).

aqui suscitada. No entanto, o debate e o atravessamento que se propõe com os aspectos culturais e a tentativa de superação das representações sociais, as quais constitui o sujeito consumidor, não permitem que a terceira esfera seja negligenciada, pois é no seu arcabouço teórico que se fará a aproximação perseguida. Afinal,

> [...] nem todas as três esferas de reconhecimento contêm em si, de modo geral, o tipo de tensão moral que pode estar em condições de pôr em marcha conflitos ou querelas sociais: uma luta só pode ser caracterizada de "social" na medida em que seus objetivos se deixam generalizar para além do horizonte das intenções individuais, chegando a um ponto em que eles podem se tornar a base de um movimento coletivo. (HONNETH, 2003, p. 256).

O sujeito constituído pelas representações sociais, enquanto consumidor, é fruto das forças invisíveis conformadas nas relações sociais, sejam elas forças culturais ou mesmo o resultado dos processos de globalização do capitalismo contemporâneo. Contudo, não se pode olvidar de procedimentos intrassubjetivos, provenientes de intersubjetividades assinaladas na esfera da estima social. Assim, "Honneth defende, em suma, é que os conflitos intersubjetivos por reconhecimento, encetados por situações desrespeitosas[8] vivenciadas cotidianamente, são fundamentais para o desenvolvimento moral da sociedade e dos indivíduos." (MENDONÇA, 2007, p. 173).

Dessa forma, "[...] mais do que identidades, poderíamos nos construir a partir de uma série de identificações, nas quais projetaríamos nossa unidade, pelo consumo de algo exterior, que remete a como os outros nos vêem." (GUIMARÃES, 2003, p. 26) Entretanto, essa atitude pode ensejar dificuldades, considerando que reafirma a lógica das representações sociais no âmbito das relações de consumo, o que outrora se refuta problemática na interlocução que afasta o indivíduo do consciente. Assim,

> Se ficamos reduzidos ao eu narcísico por força do hiper-racionalismo, somos remetidos a uma busca desesperada de alguma forma de reconhecimento no social, que será sempre predominantemente imaginária, e, portanto, instável e violenta no desequilíbrio o que é excluído no simbólico pela ciência retorna no real. (BETTS, 2003, p. 93).

Este movimento é o cerne da problemática que se identifica como de necessária superação, pois a incessante busca por estima social, calcada na cultura material do consumo de viés puramente individualista, não tem o condão de conduzir à luta por reconhecimento. A complexidade da categoria que sustenta o estudo de uma gramática moral dos conflitos sociais

---

[8] "Para Honneth, todas essas formas de desrespeito impedem a realização do indivíduo em sua integridade." (MENDONÇA, 2007, p. 173).

tende a ser reduzida quando as representações sociais e o individualismo capitalista estão impregnados na intersubjetividade, e que com isso povoam com êxito a intrassubjetividade, como resultado lógico de uma ideologia que transpassa a sociedade contemporânea.

4.2 Para além das representações sociais

A convergência entre as pretensões capitalistas na atualidade, a formação cultural nesta esteira e os instrumentos simbólicos de dominação, fazem com que as relações de consumo estejam, em parte, intrinsecamente pautadas pelas representações sociais. Essa condução transforma sobremaneira as relações de estima social na sociedade contemporânea, pois de acordo com Axel Honneth (2003, p. 207), "[...] estão sujeitas a uma luta permanente na qual os diversos grupos procuram elevar, com os meios da força simbólica e em referência às finalidades gerais, o valor das capacidades associadas à sua forma de vida."

É latente que as relações sociais de consumo são parcela importante que integra as lutas sociais, seja por intermédio da força simbólica ou da profusão da ideologia dominante, notadamente de viés capitalista. De certo, o que ocorre é um deslocamento do *locus* de observação, uma vez que esses movimentos no seio da sociedade podem estar altamente contaminados pelos reflexos das representações sociais afastados do consciente individual, influindo nas relações de estima que passam a se revestir de atos de consumo. No entanto, há de se ressaltar que,

> [...] o seu caráter ideológico não altera o fato de que os seus benefícios são reais. A repressividade[9] do todo reside em alto grau na sua eficácia: amplia as perspectivas da cultura material, facilita a obtenção das necessidades da vida, torna o conforto e o luxo mais baratos, atrai áreas cada vez mais vastas para a órbita da indústria enquanto, ao mesmo tempo, apóia e encoraja a labuta e a destruição. O indivíduo paga com o sacrifício do seu tempo, de sua consciência, de seus sonhos; a civilização paga com o sacrifício de suas próprias promessas de liberdade, justiça e paz para todos. (MARCUSE, 1975, p. 99)

De outra banda, como afeta a constituição do sujeito, interfere também na formação da identidade, pois as consequências "[...] na questão do consumo de objetos comuns nos outorgando uma identidade temporária, de forma que no 'supermercado das identidades'," (GUIMARÃES, 2003, p. 26) são que "essas mercadorias se tornam grandes depositários das

---

[9] No tocante a repressividade, Winnicott (1990, p. 159) esclarece que: "Repressão é o nome dado à perda, pela consciência de uma pessoa mais ou menos saudável, de um conjunto de sentimentos, memórias e idéias tendo como causa a dor intolerável que ocorre quando são trazidos à consciência o amor e o ódio coincidentes, bem como o temor à retaliação. Aliada à repressão encontra-se a inibição dos instintos. O alívio trazido pela psicanálise em sua utilização habitual diz respeito à repressão, por permitir ao paciente tomar consciência do conflito e tolerar a ansiedade referente à livre expressão dos instintos."

identificações possíveis em nossa sociedade." (GUIMARÃES, 2003, p. 26) Isto, significaria algo preocupante na interseção com a teoria do reconhecimento, pois ao contrário do que defende Nancy Fraser[10], a qual, privilegia o debate público como cerne de seu pensamento, Axel Honneth:

> [...] não nega a relevância do debate público para a expansão das relações de reconhecimento e para a tematização de experiências de sofrimento, mas estabelece como objetivo central a formação intacta da identidade individual, sendo a deliberação um instrumento que propicia a distinção entre formas ideológicas de reconhecimento e formas eticamente justificáveis. (BUNCHAFT, 2012, p. 154).

Dessa forma, não se pode recusar que as influências das representações sociais afastam o objeto central preconizado por Honneth (2003), a higidez da identidade do indivíduo. Nas sociedades pós-modernas os estudos sobre o consumo devem ser pautados por este entrelaçamento interdisciplinar, tendo em vista que a teoria social desenvolvida pelo autor é fruto deste esforço acadêmico, construído pela teoria crítica frankfurtiana.

Assim, para que o reconhecimento tenha reflexo no seio social, o enfrentamento das construções identitárias passa necessariamente pela superação das representações sociais. Ressalta-se, igualmente, que a empreitada é de complexidade ímpar, pois neste caso não só a esfera da estima social como debatida anteriormente será prioritária, mas as esferas anteriores do amor e dos direitos são processos relevantes para uma tentativa de limpar o terreno teórico desenvolvido no afastamento do consciente individual.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com as reflexões aqui apresentadas, buscou-se demonstrar a complexidade das relações de consumo, que é oriunda do estreitamento de diálogo entre diversas áreas do conhecimento, como a sociologia, a psicologia, a psicanálise e o direito. Outrossim a cultura e a ideologia capitalista contemporânea desempenham papéis de protagonistas na seara do consumo/consumismo, atingindo de toda sorte o processo formação da identidade do indivíduo. (MARQUES, 2016).

Nesse sentido, restou identificado que o "consumismo é uma das manifestações da psicopatologia da razão cotidiana. É um dos sintomas sociais característicos de nossos tempos globalizados." (BETTS, 2003, p. 100) Todavia, mesmo que pelo viés cultural desta análise, o indivíduo é o cerne desta discussão, tendo em vista que é sobre ele que atuam todas as forças

[10] "Para Fraser, a questão do reconhecimento não se estabelece a partir da perspectiva do escravo feliz, mas de um ponto de vista mais abstrato e objetivo: o ponto de vista moral da justiça." (BUNCHAFT, 2012, p. 154).

ideológicas, simbólicas e sociais, seja pela inter ou pela intrassubjetividade, o "Outro" Lacaniano ou o Inconsciente Freudiano.[11]

"A existência humana neste mundo é mero recheio, matéria, material, substância, que não possui em si mesma o princípio de seu movimento." (MARCUSE, 1975, p. 101) Assim, é neste contexto que emergem as Representações Sociais, por intermédio de movimentos autopoiéticos que se potencializam quanto mais os indivíduos se afastam da consciência. As Representações Sociais com nuances e chagas da ideologia capitalista se tornaram um problema para o processo de constituição do sujeito consumidor, fragilizando a sociedade contemporânea.

Destarte, "[...] o próprio fenômeno do consumo, que, [...] é apresentado como resultado do fato de os seres humanos terem necessidades, de alguma forma, por produtos que despertariam, assim o seu desejo" (GUIMARÃES, 2003, p. 26), está determinado por uma representação social de consumidor, como um indivíduo que adquire uma nova identidade, a cada nova aquisição de bens ou serviços. Nesta senda, se procedeu ao enfrentamento acadêmico entre as posições desenvolvidas por Serge Moscovici na identificação das representações sociais e de Axel Honneth em sua teoria do reconhecimento em suas três esferas - amor, direito e estima social.

Na esteira das lutas por reconhecimento, é possível perceber a interação negativa das representações sociais, em especial, na esfera da estima social, pois parcela dos consumidores orientados de forma não consciente por representações ideologizadas pelo capitalismo contemporâneo globalizante, buscam incessantemente estímulos no ato de consumir, como um preenchimento do vazio identitário e um verdadeiro anteparo às frustrações de não desrespeito em sociedade.

Com efeito, é indispensável ampliar os debates acerca da superação das representações sociais, mantendo com isso a higidez da identidade individual, para depois fortalecer as lutas por reconhecimento, e por fim, levá-las a esfera pública. Evidente que se trata de um percurso árduo e com assombrosos desafios, mas que está sendo construído de maneira dialogada com o suporte da teoria crítica frankfurtiana de Axel Honneth, e das reflexões indispensáveis da psicologia social, da psicanálise e da sociologia, ante o caráter interdisciplinar dos estudos sobre consumo.

---

[11] A relação que se estabelece com a expressão "Outro" no sentido Lacaniano, não pode ser confundida com a relação que se estabelece com seu semelhante, mas sim o caminho para busca da consciência de si mesmo. Nesse mesmo sentido pode ser compreendida também a expressão "Outro" como o Inconsciente Freudiano.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*: fragmentos filosóficos. Tradução de Guido Antonio de Almeida. 1. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. 1. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Tradução de Fernando Tomaz. 16. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

BUNCHAFT, Maria Eugenia. A temática das uniões homoafetivas no Supremo Tribunal Federal à luz do debate Honneth-Fraser. *Revista Direito GV*. vol. 8 n. 1, São Paulo, Jan./June 2012. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S1808-24322012000100006> Acessado em: 18/12/2013.

BARBOSA, Lívia; CAMPBELL, Colin. O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas. in: BARBOSA, Lívia; CAMPBELL, Colin. *Cultura, Consumo e Identidade*. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

BETTS, Jaime. Consumismo e psicopatologia da razão. in: ZILIOTTO, Denise Macedo. *O Consumidor*: objeto da Cultura. 1. ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

CAMPBELL, Colin. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. in: BARBOSA, Lívia; CAMPBELL, Colin. *Cultura, Consumo e Identidade*. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens*: para uma antropologia do consumo. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de Consumo e Pós-modernidade*. Tradução de Júlio Assis Simões. 1. ed. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

_____. *O desmanche da cultura*: globalizacao, pós-modernismo e identidade. Tradução de Carlos Eugenio Marcondes de Moura. 1. ed. São Paulo: Studio Nobel, 1997.

GUIMARÃES, Estefânia de Vasconcellos. Consumo: seduções e questões do supermercado social. in: ZILIOTTO, Denise Macedo. *O Consumidor*: objeto da Cultura. 1. ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

HABERMAS, Jürgen. *A inclusão do outro*: estudos de teoria política. Tradução de George Sperber e Paulo Astor Soethe. 1. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

_____. *O discurso filosófico da modernidade*: doze lições. Tradução de Luis Sérgio Repa e Rodinei Nascimento. 1. ed. São Paulo, Martins Fontes. 2000.

HONNETH, Axel. *Luta por reconhecimento*: a gramática moral dos conflitos sociais. Tradução de Luiz Repa. 1. ed. São Paulo: Ed. 34, 2003.

HORKHEIMER, Max. *Teoría crítica*. Tradução de Edgardo Albizu y Carlos Luis. 1. ed. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 2003.

LACAN, Jacques. A transferência em sua disparidade subjetiva. In: *O Seminário - Livro 8*: a transferência. Tradução de Dulce Duque Estrada. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1992.

MARCUSE, Herbert. *A Ideologia da Sociedade industrial*: o homem unidimensional. Tradução de Giasoné Rebuá. 4. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1973.

_____. *Eros e Civilização*: uma Interpretação Filosófica do Pensamento de Freud. Tradução de Álvaro Cabral. 6. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1975.

MARQUES, Carlos Alexandre Michaello Marques. ***Direito e Risco***: do Consumo ao Ambiente na Sociedade Contemporânea. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2016.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino. Reconhecimento em debate: os modelos de Honneth e Fraser em sua relação com o legado Habermasiano. *Revista de Sociologia e Política*. n. 29, Curitiba, Nov. 2007. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-44782007000200012> Acessado em: 27/12/2013.

MOSCOVICI, Serge. *Representações Sociais*: investigações em Psicologia Social. Tradução de Pedrinho Arcides Guareschi. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

WINNICOTT, Donald Woods. *Natureza Humana*. Tradução de Davi Litman Bogomoletz. 1. ed. Rio de Janeiro: Imago Editora, 1990.