

RESENHA DE *A ÉTICA ROMÂNTICA E O ESPÍRITO DO CONSUMISMO MODERNO*

REVIEW OF THE ROMANTIC ETHIC AND THE SPIRIT OF MODERN CONSUMERISM

José Dantas de Sousa Junior¹

Através do livro *A Ética Romântica e o Espírito do Consumismo Moderno*, escrito por Colin Campbell, em mais de 400 páginas, podemos ter uma maior compreensão sobre a cultura do consumo predominante no mundo moderno e até mesmo sobre a relação desse imaginário com algumas formas de expressão e de religiosidades contemporâneas. Da mesma maneira que Max Weber (2004), em *A ética protestante e o espírito do capitalismo*, conseguiu identificar brilhantemente uma afinidade eletiva entre uma conduta religiosa e uma conduta econômica, entre a teologia calvinista e o comportamento capitalista, Campbell faz uma crítica desse trabalho e procura analisar a forma como o capitalismo se desenvolveu até os dias atuais. Trata-se de um capitalismo não mais voltado tanto para a produção, e sim para o consumo, chegando à conclusão de que o comportamento consumista tem muito de sua origem no romantismo.

Esse comportamento não surge a partir deste século ou de décadas passadas, mas do século XVIII, quando a moda e os artigos de luxo faziam parte do comportamento das pessoas, sendo praticamente uma forma de distinção dentro da sociedade emergente. A partir do século XIX, a classe média também passou a consumir, não sendo mais este um prazer único para a nobreza, o que acelerou ainda mais o processo de consumismo na sociedade. Essa classe média, para Campbell, era formada em parte por calvinistas, que já viam a possibilidade de ter algo que lhes demonstrasse alguma forma de riqueza, um sinal de uma predestinação. Até roupas caras e bonitas eram sinais de salvação. Por um lado, o autor concorda com Weber nas atitudes vistas como religiosas e morais pelos calvinistas, ligando o mundano ao espiritual, mas, por outro lado, não.

¹ Mestre em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Campina Grande e doutorando em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

INTER-LEGERE

RESENHA DE *A ÉTICA ROMÂNTICA E O ESPÍRITO DO CONSUMISMO MODERNO*

José Dantas de Sousa Junior

Importante lembrar que tanto para Campbell como para outros estudiosos do universo religioso, e principalmente do neopentecostalismo, tais como Ricardo Mariano (2004), como exemplo, a Teologia da Prosperidade de hoje difere da ética calvinista identificada por Weber (2004), já que não condena o luxo, a perda de tempo e o gasto com coisas mundanas. Atualmente, essas práticas são vistas como privilégio.

Campbell identifica, assim, alguns importantes aspectos nos consumidores do século XVIII. Além do fato de o consumo em alta escala ter partido da classe burguesa e em seguida de uma parcela ascendente da classe média, o autor reconhece que, ao contrário do que muitos pensam, existia desde a Revolução Industrial uma produção destinada à fabricação de bens que eram consumidos como forma de prazer individual e classificação social. Tanto para prazeres próprios quanto como forma de serem destacados na sociedade da época, praticamente em toda a história humana houve diferenciações sociais e econômicas. Além destes, dos objetos e dos artigos de luxo, havia atividades voltadas para a nobreza, como o teatro, a música, o esporte, e também os livros, como elementos culturais. O autor aponta nessas leituras o desenvolvimento do romance moderno e o aparecimento de um público de leitores de ficção, sendo a maior parte do sexo feminino, trazendo, assim, a ascensão do amor romântico. Esses livros, para Campbell, com suas inspirações e sentimentos que produziam, influenciaram os padrões culturais da época e, conseqüentemente, o consumo no mundo moderno e, depois, no pós-moderno, como podemos denominar. Assim,

a expansão geral das atividades das horas vagas, inclusive a leitura de romances, juntamente com a ascensão da moda e do amor romântico, tudo isso pode ser visto como parte e parcela de um feixe de fenômenos culturais que apareceram primeiro na Inglaterra do século XVIII e que, de um modo até agora obscuro, se relacionam com o que se veio a chamar a revolução do consumo (CAMPBELL, 2001, p. 45-46).

Os temas levantados e discutidos por Campbell podem ser dialogados com obras de outros autores. Não apenas com as análises weberianas, mas também com Pierre Bourdieu (2007), que identifica os mecanismos de reprodução e distinção na sociedade moderna. Além destes, Bauman (2007), em suas análises da pós-modernidade e da

INTER-LEGERE

RESENHA DE A ÉTICA ROMÂNTICA E O ESPÍRITO DO CONSUMISMO MODERNO

José Dantas de Sousa Junior

cultura do consumo, assim como Baudrillard (2008), estabelece os objetos como marcadores de signos e o papel da mídia na indústria do consumismo. Quanto à mídia, Campbell dá o nome de *Day Dream*, o que define como sonhar acordado o papel do consumidor no mundo moderno, que está sempre à frente da televisão, esperando alguma novidade que apareça e realize os seus sonhos, que surjam assim os novos signos na sociedade de consumo. Esse conceito é parecido com o de Baudrillard (2008), com base no qual o consumo serve de satisfação pessoal e, ao mesmo tempo, social, mais precisamente chamado de *gadget*, quando para cada objeto real há um objeto sonhado. O indivíduo em busca desses signos também caminha em frente a vitrines de lojas e de *shopping centers*. Os consumidores, em muitas ocasiões, não chegam a perceber esse movimento mental e ao mesmo tempo real, de tão engajados e absorvidos pela dinâmica do mundo pós-moderno. Para Campbell, quanto mais hábil o indivíduo é como artista do sonho, maior será o desencanto desse sonho, e assim, mais este será consumista na sociedade-mercado. Para muitos estudiosos, as instituições neopentecostais são mais aptas a agirem em uma sociedade voltada para o consumo, não as reduzindo apenas a um caráter mercantilista, mas as relacionando ao consumismo do mundo moderno.

Campbell procura nesse trabalho trazer uma teoria do consumo que fugisse do senso comum, do achismo e de conceitos vagos na sociologia e na economia. Em função de enxergar o consumo através apenas do instintivismo ou do aumento populacional, o autor não compreende o consumismo como um comportamento irracional. Sabemos que o consumo sempre existiu em qualquer época da história, afinal os homens sempre precisaram de objetos para a sua subsistência e sempre possuíam desejos de conseguir algo que lhes despertasse interesse. O que Campbell identifica é que, a partir da Revolução Industrial, também houve uma revolução nas formas de consumo da sociedade, que foi aliada a uma cultura emergente na época. O Romantismo influenciou o consumo e continua a influenciar até os dias de hoje, pois essa razão sentimental, que opera no hedonismo autoilusivo, característica fundamental do indivíduo do mundo contemporâneo, leva-o a ter constantemente a vontade de realizar novas experiências criadas pela sua imaginação. O ser humano está em contínua busca por novidades. Esse é um motor frequente da sociedade pós-moderna, algo bem discutido também por

Zigmunt Bauman (2007). Assim, para Campbell, em *A Ética romântica e o espírito do consumismo moderno*,

devia estar claro, a partir dessa interpretação, que o espírito do consumismo moderno é tudo, menos materialista. A ideia de que os consumidores contemporâneos têm um desejo insaciável de adquirir objetos representa um sério mal-entendido sobre o mecanismo que impele as pessoas a querer bens. Sua motivação básica é o desejo de experimentar na realidade os dramas agradáveis de que já desfrutaram na imaginação, e cada "novo" produto é visto como se oferecesse uma possibilidade de concretizar essa ambição (CAMPBELL, 2001, p. 131).

O consumo não parte apenas de uma atitude material, mas também possui diversas finalidades. Pode agir por encanto, mas, muitas vezes, não chega a alcançar o valor esperado, ou esse valor se esgota, trazendo assim a necessidade de consumir novos produtos que venham a realizar esses desejos. Dentro dos objetos, estão abstratas marcas, elegância, padrões de comportamento, feminilidade, opções de gosto, segurança, conforto, preferências, sentimentos. Até mesmo para Bourdieu, que, em seus trabalhos, de alguma maneira enfatizava que não se pode compreender a construção de identidades na sociedade apenas pela estratificação social vigente, já que as pessoas também se comportam por interesses individuais, agindo pelo seu gosto subjetivo e seus interesses que ultrapassam a fronteira de classes, do mesmo modo a procura por religiões hoje em dia é livre, assim como o direito de crer ou não crer. Não há uma forma reguladora para a opção religiosa das pessoas, as quais buscam a oferta religiosa que mais lhes agrada ou que promete resolver os seus problemas, tanto de ordem espiritual como de ordem material.

Não existe também apenas um valor social, ou de simples subsistência no consumo. Os objetos socialmente podem ser motivos de distinção e, ao mesmo tempo, levar a esse consumidor sensações de estar na moda, de ter poder, autoridade, representação, pertencimento a determinado grupo, ou até de crítica a uma cultura, de demonstrar que possui determinados padrões. Trata-se de uma discussão ampla e bem aprofundada por Colin Campbell, por meio da qual define que a propaganda exerce um papel fundamental na indústria demasiada do consumo, sendo o publicitário o seu mentor responsável. Assim, esse profissional, ao agir da mesma forma que o escritor romântico de séculos atrás, torna-se o responsável por fazer uma intermediação entre os

INTER-LEGERE

RESENHA DE *A ÉTICA ROMÂNTICA E O ESPÍRITO DO CONSUMISMO MODERNO*

José Dantas de Sousa Junior

sentimentos das pessoas e os objetos a serem colocados no mercado. Se fôssemos relacionar essa teoria ao papel dos representantes religiosos nessa esfera, recorreríamos a Bauman (1998), quando afirma que esses representantes de hoje em dia possuem o papel de aconselhadore e de especialistas de identidades.

Campbell, neste trabalho, critica e afasta qualquer teoria utilitarista, do mesmo modo que distingue o consumo moderno do consumo de outras épocas, na medida em que o atual age em função de uma estrutura de pensamento hedonista. O consumo moderno é voltado para a busca do prazer na própria experiência do consumo, no imaginário e no plano sentimental. Assim como a sociedade moderna muda constantemente, o consumo passa por transformações. Como a religião está interligada em muitos fatores com a cultura da sociedade, essa também sofre alterações, surgindo novas expressões de religiosidades que se adaptam às necessidades dos fiéis e consumidores.

REFERÊNCIAS

BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2008.

BAUMAN, Z. **Vida para o consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BAUMAN, Z. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

BOURDIEU, P. **A Distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.

CAMPBELL, Colin. **A Ética Romântica e o Espírito do Consumismo Moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

MARIANO, R. Expansão Pentecostal no Brasil: o caso da Igreja Universal. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 18, n. 52, set./dez. 2004.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Cia das Letras, 2004