

## Notas sobre o consumo ético



Por **ESTELLE FERRARESE\***

*O consumo ético é, com toda certeza, uma crítica ao capitalismo na escala da vida cotidiana; no entanto, ele não apenas fracassa como crítica, mas colabora com a própria ordem que se esforça por corrigir*

### 1.

As práticas atuais de consumo ético são frequentemente criticadas pelas possibilidades expandidas para a acumulação de lucro que representam (em particular o que se chama de *greenwashing*, *pinkwashing*, etc.), ou ainda pelo prisma da falta de consistência ética de seus defensores – retratados como burgueses boêmios aficionados por hotéis ecologicamente responsáveis para os quais voariam em um Airbus sem remorsos<sup>[i]</sup>.

Abordar o consumo ético por esse viés é concentrar a atenção na pureza das intenções dos diferentes atores: empresas que oferecem indulgências de forma desonesta e consumidores que não conseguem resistir à *hybris* (excesso) da posse ou da distinção. Essa é uma maneira de passar ao largo do cerne do problema.

Admitamos o seguinte: o consumidor responsável é um sujeito moral, sinceramente preocupado com o outro, percebendo-o como vulnerável aos seus atos de compra, como exposto ao poder de agir que ele exerce no mercado. Primeiramente porque isso é provavelmente verdadeiro, mesmo que seus gestos venham acompanhados, como todos os posicionamentos morais, de motivações ambíguas ou duplas, de pequenas e grandes concessões.

Sobretudo porque a pureza das intenções morais na base de uma conduta de consumo não muda em nada o que é realizado dentro e por meio da série de compras que elas determinam. Essas compras contribuem para constituir o mundo à imagem do mercado. Este último reivindica a totalidade, colonizando categorias, formas de pensamento, condutas, corpos. E consegue isso hoje em dia justamente por meio das tentativas que lhe são opostas para corrigi-lo ou reformá-lo.

O consumo ético é, com toda certeza, uma crítica ao capitalismo na escala da vida cotidiana; no entanto, ele não apenas fracassa como crítica, mas colabora com a própria ordem que se esforça por corrigir. As práticas que ele reúne não são apenas vãs, elas contribuem para a solidificação de uma totalidade social definida, como escrevia Theodor W. Adorno, pela lógica da troca.<sup>[ii]</sup>

Isso não quer dizer que não haja efeitos positivos locais, limitados, periféricos: tal comunidade indígena pode ser beneficiada pelo sucesso comercial de suas mercadorias eticamente adquiridas no Ocidente; tal lago em perigo pode ser salvo graças ao desmantelamento da fábrica poluente instalada às suas margens; enquanto pintinhos machos de fato escapam do triturador quando determinados supermercados se comprometem a vender apenas ovos produzidos em granjas que praticam a sexagem no ovo. Mas isso não modifica a totalidade social, nem o destino da Natureza, moldada à sua imagem; ao contrário, isso os reforça.

# a terra é redonda

Esse reforço ocorre por três razões principais: porque contamos com o mercado para assegurar a realização de nossas intenções morais; porque a ação política cede lugar à atuação de uma responsabilidade individual, segmentada, marcada pela culpa; e porque generalizamos a forma-troca pela maneira própria com que raciocinamos enquanto consumidores responsáveis, realizando uma equivalência generalizada entre coisas e danos.

## 2.

Contamos com o mercado para assegurar a realização de nossas intenções morais.

É evidente que meu consumo regular de produtos agrícolas locais só pode alcançar sua finalidade – digamos, a salvação do planeta – na medida em que meus atos se agreguem aos de milhões de outras pessoas.

Confiar no mercado é, portanto, reconhecer-lhe um papel preeminente de soma e harmonização das escolhas e vontades individuais, é até mesmo exigir que ele cumpra esse papel como garantidor da justiça esperada. Ao nos apoiarmos nessa lógica de agregação de múltiplos atos singulares, nós a aceitamos e a reforçamos.

O consumo ético, portanto, não sustenta o mercado apenas porque garante o sucesso de novas mercadorias, tornadas atraentes por serem morais, contribuindo assim para o aumento do lucro. Ele o consolida em um nível muito mais fundamental: o de suas próprias condições de possibilidade.

Ao consumir eticamente, delegamos ao mercado a realização de um projeto, ao invés de assumirmos, de forma reflexiva, democrática e coletiva, essa tarefa como comunidade política. Delegamos nossa capacidade de agir sem lhe dar nenhum mandato. É ao mercado que deixamos o encargo de fazer a história. A totalidade social e seu movimento são o produto da soma realizada pelo mercado, por isso, escapam de nosso controle.

Ora, o mercado possui uma lógica própria, implacável. Ele é impermeável a qualquer norma moral, encontrando sua finalidade em si mesmo (a acumulação de capital como fim em si). Ele transforma nossos gestos, desalinha estruturalmente nossas intenções e desvia nossas tentativas de moralizá-lo.

Tomemos o exemplo bem conhecido dos veículos elétricos, cujo desenvolvimento visa à redução das emissões de dióxido de carbono. Eles exigem a fabricação de baterias compostas de lítio, cuja extração demanda o bombeamento de águas subterrâneas em regiões já secas, e de cobalto, que só pode ser retirado do solo com máquinas pesadas e trabalho extenuante, o que resulta tanto na destruição de paisagens quanto na poluição da água e na exploração brutal dos trabalhadores das regiões onde se encontram tais minérios. A tentativa, absolutamente sincera e inegavelmente moral, de corrigir um dano causado à natureza por meio do mercado, gerou outros danos.

Isso não é um deslize causado pela ingenuidade dos primeiros anos do consumo ético. Ao se esforçar para corrigir um dano infligido à natureza ou aos seres humanos, ele acaba por criar outros danos em larga escala. O crescimento do consumo de papel reciclado leva ao aumento do uso de energias poluentes, enquanto o desenvolvimento do biodiesel acelera o processo de desmatamento em vastas áreas do planeta.<sup>[iii]</sup>

Ou ainda: as plataformas de segunda mão constituem menos uma alternativa ética ao mercado de moda de massa do que sua extensão. Assim, mais do que prolongar a vida útil dos objetos de vestuário, o crescimento do mercado de roupas usadas acelera a renovação dos itens possuídos e aumenta seus deslocamentos ao longo de seus ciclos de vida<sup>[iv]</sup>, ou seja, estimula tanto o aumento da quantidade global de mercadorias quanto a multiplicação de seus transportes e entregas. As intenções morais depositadas nas práticas que constituem o consumo ético são constantemente desativadas pelo mercado e seu fechamento sobre si mesmo.

Ora, esse desajuste permanece amplamente impensado porque o mercado consegue se fazer esquecer enquanto mediação,

dando a ilusão de um contato direto entre um comprador e um produtor (o primeiro não conhece, cada vez mais frequentemente, por meio de cartazes cuidadosamente elaborados, o rosto, o nome, até mesmo a biografia do segundo?), entre um comprador e um vendedor (fazendo, por exemplo, esquecer que a compra online só se completa no momento em que a transferência material do bem ocorre por meio de um entregador), entre o Norte e o Sul (a conexão entre indivíduos ou comunidades parece prescindir dos Estados, como se toda mediação tivesse sido descartada), entre um dano e sua reparação.

Com o consumo ético, o mercado conseguiu, de maneira curiosa, se impor como um lugar de proximidade entre os indivíduos, seja porque o número de intermediários envolvidos na troca diminui nos circuitos curtos, seja porque aparentemente se anula nas plataformas digitais, gerando uma imagem da economia sendo realizada por atores “independentes, consentidos e íntimos: *Mutuality, Inc.*”[\[v\]](#), como se fosse a própria imediatidade.

Dotado da capacidade de apagar seus próprios rastros, o mercado faz esquecer sua força de desajuste.

### 3.

A ação política dá lugar à atuação de uma responsabilidade individual, segmentada, marcada pela culpa. Provavelmente por decepção com a política como ela é feita hoje, voltamo-nos para a resistência individual, no seio da vida cotidiana, contra a lógica cega do mercado, que se manifesta nas práticas de consumo ético.

No entanto, essas práticas operam uma verdadeira deposição da política enquanto tal, mesmo quando se combinam, às vezes, com formas de ação coletiva, como campanhas de informação ou de boicote. Na verdade, essas campanhas só podem ter como finalidade influenciar consumidores, multiplicando e acelerando os atos segmentados de compras individuais; elas se destituem como movimentos políticos ao se apoiarem em um único objetivo: permitir o exercício de agregação do mercado.

A dimensão privada da responsabilidade que fundamenta nossos atos de compra não decorre apenas do fato de que ela se exerce em relação a coisas e usos pertencentes à esfera doméstica. Ela é a manifestação de um foro íntimo. Expressa uma escolha pessoal (entre opções previamente determinadas pelo mercado). O consumo ético é um exercício solitário e meticuloso, não uma luta; talvez seja hoje um consenso, mas certamente não é um argumento político.

E isso não é tudo. Paul Ricoeur lembrava que a ideia de responsabilidade nunca se distancia completamente de seu sentido originário, ligado à imputabilidade; quando descrevemos a nós mesmos ou aos outros como responsáveis, trata-se sempre de identificar o “verdadeiro autor” de um ato e de pedir-lhe contas por isso.[\[vi\]](#)

Aqui, o consumidor é feito, e se faz, como o “verdadeiro autor” da forma do nosso mundo. O consumo ético faz da reprodução do mercado e das patologias que ele induz (exploração dos trabalhadores, escravização da vida animal, esgotamento dos recursos, etc.) o resultado de múltiplas falhas individuais. A responsabilidade da qual ele se reclama é uma questão de culpa pessoal.

Aliás, a qualidade ética do gesto não é avaliada por sua eficácia no mundo, mas sim pela reforma de si mesmo que ele implica, e ela é tanto mais evidente quanto mais assume a forma de atos de mortificação, como comprar legumes feios, xampus com cheiro desagradável, ou ainda reduzir o aquecimento. Quanto maior o desprazer a ser superado, maior é a prova de que a culpa foi compreendida e lamentada, de que o consumidor contrito conseguiu rasgar o véu do fetichismo da mercadoria que antes o cegava. Ser responsável é esforçar-se para não recair na falta.

Mas aí está o problema: fazer do consumidor o “verdadeiro autor” da forma do mundo é atribuir ao indivíduo singular um domínio sobre o mundo que soa pouco crível, e ao mesmo tempo, isentar outros possíveis “autores”: os Estados, os

coletivos, ou por que não, as classes sociais.

Acima de tudo, as empresas, os produtores, os distribuidores passam a ser vistos apenas como respondendo a uma demanda, ética ou não ética, e, nesse sentido, não seriam responsáveis pela forma do mundo. Seriam apenas instrumentos de modelagem de um mundo cujos autores continuariam sendo os consumidores.

O grupo *Le Monde* publicou, assim, em 2024, seu balanço de carbono.<sup>[vii]</sup> Pode-se, é claro, saudar o fato de que ele se dê esse trabalho. Mas a inversão da responsabilidade em culpa, e seu despejo sobre o consumidor, é imediatamente ativada, sem necessidade de ser explicitada.

Uma das principais conclusões tiradas foi que 38% da pegada de carbono total é imputável à leitura dos artigos em computadores, tablets ou smartphones por seus leitores (seus consumidores), uma parcela bem superior à do envio de dados para os usuários, ou à dos deslocamentos de seus funcionários até o local de trabalho. Isso permite ao grupo se autocongratular; ele fez a sua parte. A culpa recai, implicitamente, na explosão dos usos, ou seja, sobre os consumidores, aos quais *Le Monde* encoraja a “aplicar a si mesmos” as medidas que ele próprio já teria adotado.

## 4.

Nós generalizamos a forma-troca pela própria maneira como raciocinamos enquanto consumidores responsáveis, realizando uma equiparação geral entre coisas e danos.

O consumo ético não impede, pelo contrário, promove, uma redução da matéria, da natureza, dos seres humanos a um conjunto de parâmetros que permitem sua troca e, ao mesmo tempo, sua valorização.

Ele torna tudo comparável a tudo, por meio da quantificação, seja ao apostar que um “preço justo” poderia compensar os danos causados à Natureza (rebatizados como “externalidades”), seja ao arbitrar entre diferentes prejuízos provocados pelas condições de produção.

Assim, desenvolvem-se metodologias que estabelecem relações quantificadas entre a destruição de ambientes ecológicos e ações desejáveis de compensação, com base em uma tabela de funcionalidades abstratas às quais se atribuem coeficientes – segundo essas recomendações, pode-se, por exemplo, trocar um hectare de alta qualidade por uma superfície maior de baixa qualidade.<sup>[viii]</sup>

Essa lógica não é sustentada apenas por protocolos adotados por empresas mais ou menos bem-intencionadas.

Em textos reunidos sob o título *Warenform und Denkform*,<sup>[ix]</sup> Alfred Sohn-Rethel estabeleceu, no século passado, uma ligação entre a forma-mercadoria e a forma do pensamento, desenvolvendo a ideia de que a origem das formas, e não apenas dos conteúdos, da consciência, dos esquemas de apreensão dos dados que estruturam a percepção sensível, está na generalização da troca. Theodor Adorno retomou essa ideia, chegando a sustentar que os próprios quadros da percepção são determinados por essa forma-troca.

O consumo ético nos mostra um novo entrelaçamento entre a forma-mercadoria e a forma do pensamento, unido pelo raciocínio moral no interior do mercado. Na medida em que realizo comparações e avaliações enquanto consumidor, submeto a natureza, o outro, os territórios e os grupos a uma comparação numérica, que só distingue ao repetir a identidade e a intercambiabilidade radical de todas as coisas. Contribuo, assim, pela própria forma do meu raciocínio, para fazer do mundo um regime de equivalência entre todas as coisas e todos os seres, ou seja, atualizo a forma-troca.

Vejamos o que realizamos quando usamos uma das principais ferramentas com as quais fazemos nossas escolhas de consumidores: a pegada de carbono, ou qualquer outra “pegada”, indicadores dos quais quase todos já esqueceram a

# a terra é redonda

origem, os pressupostos e as negações. Com esse nome, “pegadas”, esses índices pretendem lembrar que certos atos deixam marcas. Mas o fazem instituindo uma forma de comparabilidade numérica entre todas as coisas e todos os fenômenos potencialmente afetados por esses atos.

A pegada ecológica é, assim, um “índice sintético de sustentabilidade ecológica”<sup>[x]</sup>. Trata-se de um método de quantificação física da sustentabilidade, concebido a partir do modelo dos indicadores monetários, em particular o PIB, ele mesmo um indicador extremamente parcial e situado<sup>[xi]</sup>.

A pegada ecológica representa a quantidade de capacidade regenerativa da biosfera necessária para o funcionamento da economia humana durante um ano, em termos da superfície correspondente de solos ou espaços aquáticos que precisariam ser mobilizados para satisfazer essa demanda sem degradar o capital natural. Como tal, ela soma toneladas, metros cúbicos ou ainda joules. Ela agrega realidades tão díspares quanto quantidades de energia, emissões de CO<sub>2</sub>, carne, cereais, algodão ou madeira; e não apenas as transforma em dados, mas também as organiza por meio de uma unidade de medida comum.

Assim, as escolhas de consumo que fazemos ao avaliar nossa pegada com o objetivo de mantê-la o mais baixa possível mal levam em conta as diferenças substanciais entre essas entidades, nem as disparidades entre os danos causados a cada uma delas, tampouco as diferenças nas consequências que tais danos acarretam às nossas vidas. As avaliações morais que se materializam em pagamentos ou em arbitragens entre mercadorias transformam seu objeto em quantum homogêneo, divisível e intercambiável à vontade.

Independentemente do que achemos, nossa maneira de pensar é moldada pelo modelo da forma-troca e sustenta o modo de ser no mundo exigido pelo capitalismo.

E aqui vemos uma crítica ao capitalismo que, paradoxalmente, acaba arrastando para a dança da comensurabilidade novas realidades, como os resíduos ou a natureza, tanto na sua valorização quanto na sua decomposição em abstrações, confirmando assim a lógica da troca como totalidade social.

É preciso reconhecer: não é possível corrigir o mercado com o próprio mercado.

**\*Estelle Ferrarese** é professora de filosofia na Universidade da Picardia Jules Vernes. Autora, entre outros livros, de *Une philosophie des sanglots* (Rivages).

Tradução: **Frederico Lyra de Carvalho**.

## Notas

---

<sup>[i]</sup> Retomo aqui alguns argumentos desenvolvidos no meu livro: *Le Marché de la Vertu. Critique de la consommation éthique*, Paris, Vrin, 2023. Artigo publicado originalmente no dia 09 de março de 2025 site AOC: <https://aoc.media/analyse/2025/03/09/critiquer-le-capitalisme-etre-vertueux-sur-le-marche-une-antinomie/>

<sup>[ii]</sup> Theodor. W. Adorno, *Dialética negativa*, Rio de Janeiro, Zahar, 2009.

<sup>[iii]</sup> Saskia Sassen, *Expulsions. Brutalité et complexité dans l'économie globale*, Paris, Gallimard, 2016, p. 114.

<sup>[iv]</sup> Emmanuelle Durand, *L'envers des fripes. Les vêtements dans les plis de la mondialisation*, Paris, Premier Parallèle, 2024

[v] Anna Kornbluh, *Immediacy or, The Style of Too Late Capitalism*, London/New York, Verso, 2023, p. 34.

[vi] Paul Ricoeur, “Le concept de responsabilité. Essai d’analyse sémantique”, *Esprit*, 206, 1994, p. 28-48.

[vii]

Cf:

[https://www.lemonde.fr/le-monde-et-vous/article/2024/01/17/le-groupe-le-monde-publie-son-bilan-carbone\\_6211363\\_6065879.html](https://www.lemonde.fr/le-monde-et-vous/article/2024/01/17/le-groupe-le-monde-publie-son-bilan-carbone_6211363_6065879.html)

[viii] Benoît Dauget, *Mesures contre nature. Mythes et rouages de la compensation*, Caen, Grevis, 2021, p. 53.

[ix] Alfred Sohn-Rethel, *La pensée-marchandise*, Paris, Editions du Croquant, 2010.

[x] Aurélien Boutaud et Natacha Gondran, *L’empreinte écologique*, La Découverte, 2018, p. 111-114.

[xi] Kohei Saito, *O capital no Antropoceno*, São Paulo, Boitempo, 2024.

---