

25/06/2019

O Consumo (Parte I)

Tassia Gazé Holguin

[Economista do IBGE. Doutoranda Instituto de Economia/UFRJ]

Consumir, produzir, trabalhar...

Trabalhar, produzir, consumir...

Consumimos para viver ou vivemos para consumir?

A teoria do consumo é estudada por diversas escolas no campo da Economia, da Sociologia e da Comunicação.

Na área da Economia, a tradicional corrente neoclássica define a demanda como sendo a quantidade do bem ou serviço que as pessoas desejam consumir em um determinado período de tempo, dada a sua restrição orçamentária. O ser humano, dotado de racionalidade e com acesso a todas as informações, consome uma cesta de bens e serviços de acordo com sua renda e necessidades.

Os determinantes da demanda seriam a estrutura de preferências do consumidor, a qualidade do produto, o preço do bem e dos concorrentes e a renda disponível do indivíduo. Por ser uma teoria muito descolada da realidade, acabou sofrendo inúmeras críticas.

Por outro lado, a abordagem marxista afirma que o consumo cria a necessidade de nova produção, de reproduzir a necessidade.

Nas palavras de Marx "*a mercadoria é, antes de mais nada, um objeto externo, uma coisa que, por suas propriedades, satisfaz necessidades humanas, seja qual for a natureza, a origem delas, provenham do estômago ou da fantasia*" (Marx, 2011). Ou seja, a demanda por mercadorias pode ser por necessidade ou desejo.

Hesio Cordeiro (1981) acredita ser essencial entender as dimensões econômicas, políticas e ideológicas das práticas de consumo e discute questões como ideologia dominante do consumo, necessidades criadas, lutas sociais e contradições. O consumo não pode ser visto apenas como uma necessidade natural do homem racional.

As formas de consumo são determinadas pela produção ao criar o modo de consumo.

Em uma dada conjuntura, as necessidades estão determinadas pelas relações de força entre as classes sociais e frações de classe que refletem as condições de reprodução da força de trabalho.

Cordeiro (1981) não nega as necessidades biológicas do homem, no entanto, acredita que algumas necessidades sociais dominam as necessidades naturais. O consumo dos assalariados é diferente do consumo de luxo do capitalista, por exemplo.

O sociólogo polonês Zygmunt Bauman (2008) dizia que, na era da modernidade líquida, os indivíduos consomem cada vez mais enquanto os produtos são descartáveis numa velocidade cada vez maior.

O celular ou o automóvel, por exemplo, tem um tempo de duração progressivamente menor. Nessa cultura do consumo, os consumidores também se transformam em mercadorias. O consumo seria visto como a receita para uma boa vida e a solução para os problemas. No entanto, boa parte da população não tem renda suficiente para desfrutar de todos esses bens de consumo disponíveis no mercado. O consumo de bens e serviços dentro da esfera social também segue essa lógica. Ao invés da universalização dos serviços públicos (educação e saúde), o cidadão passa a pagar por eles. Ocorre uma remercantilização dos bens e serviços antes ofertados pelo Estado (universidades privadas, planos de saúde e sistema de capitalização para aposentadoria).

Uma característica das últimas décadas é a crescente participação do consumo das famílias como proporção do PIB no Brasil. Segundo o IBGE, em 2016, o percentual do consumo das famílias em relação ao PIB foi de 62,8%. O acesso aos bens de consumo duráveis pelas famílias brasileiras cresceu nas últimas décadas, o que estimulou a demanda, tornando o consumo um "carro chefe" no crescimento do PIB (Lavinias, 2015).

A pobreza passa a ser um problema para o consumo e não mais uma questão social. Se a renda não é suficiente para o consumo, o acesso ao crédito passa a ser uma alternativa. No entanto, o aumento do endividamento das famílias pode provocar uma crise de superprodução e, conseqüentemente, uma queda no crescimento do PIB. Atualmente, o capitalismo enfrenta sua face mais cruel: os trabalhadores enfrentam o achatamento dos salários em um mundo no qual o consumo é cada vez mais intenso e uma espécie de garantia para a felicidade.

Conseqüentemente, as pessoas ficam mais endividadas ao mesmo tempo em que a qualidade de vida e o estado de bem-estar vão se deteriorando. Consumindo para viver ou vivendo para consumir, o lucro fica com o capital e a dívida na conta do trabalhador.

No próximo artigo, continuaremos a conversar sobre as relações de consumo. ■■■

Citações

■ BAUMAN, Zygmunt. Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 2008

■ CORDEIRO, Hesio. A Indústria de Saúde no Brasil. Rio de Janeiro: Graal, 1985

■ LAVINIAS, Lena. A financeirização da política social: o caso brasileiro. Forthcoming at Política, n. 2, July 2015, Rio de Janeiro, Fundação João Mangabeira em colaboração com Humboldt-Viadrina Governance Platform, p.35-51

■ MARX, Karl. O capital: crítica da economia política. Rio de Janeiro: Boitempo, 2011. Disponível em <https://www.marxists.org/portugues/marx/1867/capital/livro1/cap01/01.htm#tr2> Em 22/05/19.

OBS. Os textos expressam a opinião de seus autores, não necessariamente coincidente com a dos coordenadores do Blog e dos participantes do Fórum Intersindical. A cada reunião ordinária, os textos da coluna Opinião do mês são debatidos, suscitando divergências e provocando reflexões, na perspectiva de uma arena democrática, criativa e coletiva de encontros de ideias em prol da saúde dos trabalhadores.