

JORNAL DA USP (<https://jornal.usp.br/>)

 [PORTAL DA USP\(https://www5.usp.br/\)](https://www5.usp.br/) —  [FALE CONOSCO\(https://jornal.usp.br/fale-conosco/\)](https://jornal.usp.br/fale-conosco/) —  [WHATSAPP\(https://jornal.usp.br/especiais/os-destaques-do-jornal-da-usp-direto-no-seu-celular/\)](https://jornal.usp.br/especiais/os-destaques-do-jornal-da-usp-direto-no-seu-celular/) —  [ENVIE UMA PAUTA\(https://jornal.usp.br/envie-uma-pauta/\)](https://jornal.usp.br/envie-uma-pauta/) —  [NEWSLETTER\(https://jornal.usp.br/newsletter-jornal-da-usp/\)](https://jornal.usp.br/newsletter-jornal-da-usp/) —  [PODCASTS\(https://jornal.usp.br/podcasts\)](https://jornal.usp.br/podcasts/) —  [RÁDIO USP\(https://jornal.usp.br/radio/\)](https://jornal.usp.br/radio/) —  [TV USP\(https://www.youtube.com/channel/UCN1ihdoKXeizYi7Hyp4Ww0\)](https://www.youtube.com/channel/UCN1ihdoKXeizYi7Hyp4Ww0)

[ATUALIDADES](#) ▾ [CIÊNCIAS](#) ▾ [CULTURA](#) ▾ [DIVERSIDADE](#) ▾ [EDUCAÇÃO](#) [INSTITUCIONAL](#) ▾ [RÁDIO USP](#) ▾

[TECNOLOGIA](#) [UNIVERSIDADE](#) ▾

 BUSCA

[Início\(https://jornal.usp.br\)](https://jornal.usp.br/) > [Artigos\(https://jornal.usp.br/editorias/artigos/\)](https://jornal.usp.br/editorias/artigos/) > [A fala consumista\(https://jornal.usp.br/artigos/a-fala-consumista/\)](https://jornal.usp.br/artigos/a-fala-consumista/)

A fala consumista

Por Jean Pierre Chauvin, professor de Cultura e Literatura Brasileira da ECA-USP

Artigos (<https://jornal.usp.br/editorias/artigos/>) - <https://jornal.usp.br/?p=561834> (<https://jornal.usp.br/?p=561834>)

09/09/2022 - Publicado há 3 meses

[f](https://pt-br.facebook.com/usponline) (<https://pt-br.facebook.com/usponline>)
[t](https://twitter.com/usponline) (<https://twitter.com/usponline>)
[y](https://www.youtube.com/canalusp) (<https://www.youtube.com/canalusp>)
[in](https://pt.linkedin.com/school/universidade-de-s-o-paulo/) (<https://pt.linkedin.com/school/universidade-de-s-o-paulo/>)

[i](https://www.instagram.com/usponline/) (<https://www.instagram.com/usponline/>)

BUSCA
Digite uma palavra-chave.

PODCASTS



(<https://jornal.usp.br/podcast/ambiente-e-o-meio-67-perda-da-vegetacao-nativa-impacta-populacoes-de-bugios-na-regiao-de-ribeirao-preto/>)

Ambiente é o Meio #67: vegetação nativa impactada na região de Rit (<https://jornal.usp.br/podcast/ambiente-e-o-meio-67-perda-da-vegetacao-nativa-impacta-populacoes-de-bugios-na-regiao-de-ribeirao-preto/>)



(<https://jornal.usp.br/podcast/saude-sem-complicacoes-104-mucosa-amarelada-e-o-principal-sintoma-da-hepatite/>)

Saúde Sem Complicações #104: mucosa amarelada é o sintoma da hepatite (<https://jornal.usp.br/podcast/saude-sem-complicacoes-104-mucosa-amarelada-e-o-principal-sintoma-da-hepatite/>)



(<https://jornal.usp.br/podcast/olhar-brasileiro-82-o-compositor-heitor-dos-prazeres-iniciou-sua-carreira-nas-rodas-de-samba/>)

Olhar Brasileiro #82: O Heitor dos Prazeres iniciou sua carreira nas rodas de samba (<https://jornal.usp.br/podcast/olhar-brasileiro-82-o-compositor-heitor-dos-prazeres-iniciou-sua-carreira-nas-rodas-de-samba/>)

Todos os podcasts (<https://jornal.usp.br/podcasts/>)

ARTIGOS



(<https://jornal.usp.br/artigos/fome-inseguranca-alimentar-e-sustentabilidade/>)

Fome, insegurança alimentar e sustentabilidade (<https://jornal.usp.br/artigos/fome-inseguranca-alimentar-e-sustentabilidade/>)
Por Alexandre Cláudio Delbem, professor do Instituto de Estudos Avançados da Escola Politécnica



(<https://jornal.usp.br/artigos/lei-13-800-2019-mais-un-problema/>)

Lei 13.800/2019: mais um problema? (<https://jornal.usp.br/artigos/lei-13-800-2019-mais-un-problema/>)
Por Otaviano Helene, pesquisadora do Instituto de Física da USP



Jean Pierre Chauvin – Foto: Marcos Santos/USP Imagens

Provavelmente, as duas palavras-chave do discurso consumista sejam *oportunismo* e *ansiedade*. De um lado, o vendedor assegura a importância e a qualidade do produto. A seu turno, o consumidor se justifica, perante si e os concidadãos de bem, recorrendo a afirmações que exprimem urgência: “os exemplares vão acabar!”, “são os últimos dias de oferta!”, “o produto está com superdesconto!” e congêneres. Embora seja presa fácil das gôndolas, vitrines, anúncios em revistas ou jornais, além do *self-marketing* de “conteudistas” espalhados nas redes sociais, o consumista se considera um ser poderoso, bom e pensante.

Certo de sua relevância para a micro e a macroeconomia (“estou ajudando o comércio local”; “com isso, colaboro com a economia do país”), com frequência ele adquire produtos sem lembrar que metade do prazer em carregar sacolas consiste em ostentar os objetos à vista do maior auditório possível. Em parte, isso explica a altivez de quem marcha ao ritmo nem lento, nem frenético, sobre o piso de granito, cercado de vitrines perfumadas, a portar insígnias de bom-gosto que comprovam seu poder aquisitivo.

Provavelmente foi na década de 1950 que a sociedade, ainda ignorante de sua condição “pós-moderna”, passou da disforia planetária à euforia hiperindividualista. Celebrando o fim da Segunda Guerra Mundial, foi necessário que a paz armada estimulasse a ilusão de um mundo padronizado, harmônico e estável, propício à novíssima ordem do consumo. Não é segredo que uma parcela considerável do PIB dos países ocidentais advém do cultivo de supérfluos entre os cidadãos ordeiros e apologetas da gestão excludente.

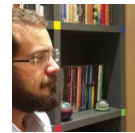
É emblemático que hiperconsumo e meritocracia tenham nascido praticamente juntos, logo após a Segunda Guerra Mundial. Tanto o Supercliente quando o “cidadão-de-bem” supõem-se instalados no Olimpo da sociedade concorrencial. Aliás, a desigualdade social pouco importa aos que “chegaram lá”, única e exclusivamente pelo suposto “merecimento”. Por isso mesmo, o discurso dos “conquistadores” soa quase sempre como celebração da *dignidade*; da *disciplina* e da *ordem* sobre a *vadiagem*; do sucesso como antídoto à *falta de empenho* etc.

A miséria alheia não se traduz em conscientização de que o mundo é injusto. Em lugar de solidariedade ou compaixão, o contraste entre os que *têm/conseguiram* e os que *não têm/perderam* reforça a autoestima e o juízo severo dos “conquistadores”. Conforme observa Michael Sandel (2021, p. 22), “em uma sociedade desigual, aqueles que alcançam o topo querem acreditar que seu sucesso tem justificativa moral. Em uma sociedade de meritocracia, isso significa que os vencedores devem acreditar que conquistaram o sucesso através do próprio talento e empenho”.

“Vencedores” e hiperconsumistas têm horror a termos que remetam a qualquer forma de assistência – exceção feita à sua colaboração, quase nunca espontânea, mas quase sempre paternalista. No âmbito profissional, o consumista – refém das marcas e dos últimos lançamentos – readquire parte do poderio de super-homem, ao disfarçar a exploração dos “seus” *colaboradores* com a falácia da generosidade patronal. Aliás, a desigualdade social pouco lhes importa.

Aparentemente, o consumo deixa de ser privilégio de poucos e se torna direito geral. Para o consumista, fórmulas como “fiz por merecer” e “vai trabalhar, vagabundo” não são contraditórias; mas, complementares. Ele tem horror a termos que remetam a qualquer forma de assistência (exceção feita à sua colaboração espontânea e paternalista). No âmbito profissional, o consumista – refém das

2010 mais um



(<https://jornal.usp.br/artigos/fascismos-ou-fascismo-divergencias-interpretativas-sobre-o-conceito/>)

Fascismos ou fascis interpretativas sobre (<https://jornal.usp.br/ou-fascismo-diverge-interpretativas-sobre-12/12/2022>)

Por Sergio Schargel, da Faculdade de Filosofia Humanas (FFLCH) da U

Todos os Artigos

(<https://jornal.usp.br/editorias/artigos/>)

\\ MAIS LIDAS



(<https://jornal.usp.br/universidade/quer-usar-a-nota-do-enem-para-entrar-na-usp-ja-estao-abertas-as-inscricoes-para-o-novo-enem-usp/>) Quer usar a nota do Enem para entrar na USP? Já estão abertas as inscrições para o novo Enem USP (<https://jornal.usp.br/universidade/quer-usar-a-nota-do-enem-para-entrar-na-usp-ja-estao-abertas-as-inscricoes-para-o-novo-enem-usp/>)



(<https://jornal.usp.br/atualidades/pensamento-acelerado-pode-ser-sintoma-de-transtorno-mental/>) Pensamento acelerado pode ser sintoma de transtorno mental (<https://jornal.usp.br/atualidades/pensamento-acelerado-pode-ser-sintoma-de-transtorno-mental/>)



(<https://jornal.usp.br/universidade/estude-na-usp/fuvest-divulga-notas-de-corte-do-vestibular-2023/>) Fuvest divulga notas de corte do vestibular 2023 (<https://jornal.usp.br/universidade/estude-na-usp/fuvest-divulga-notas-de-corte-do-vestibular-2023/>)



(<https://jornal.usp.br/ciencias/consumo-excessivo-de-alimentos-ultraprocessados-aumenta-o-risco-de-declinio-cognitivo/>) Consumo excessivo de alimentos ultraprocessados pode aumentar risco de declínio cognitivo (<https://jornal.usp.br/ciencias/consumo-excessivo-de-alimentos-ultraprocessados-aumenta-o-risco-de-declinio-cognitivo/>)



(<https://jornal.usp.br/universidade/fuvest-divulga-notas-de-corte-da-1a-fase-do-vestibular-2022/>) Fuvest divulga notas de corte da 1ª fase do vestibular 2022 (<https://jornal.usp.br/universidade/fuvest-divulga-notas-de-corte-da-1a-fase-do-vestibular-2022/>)

marcas e dos últimos lançamentos – readquire parte do seu poderio de super-homem ao disfarçar a exploração dos “seus” *colaboradores* com a falácia da generosidade patronal.

Como ele ignora que o conceito de “meritocracia” nasceu de um romance distópico de Michael Young publicado na década de 50 (*The rise of the meritocracy*, London, Pelican Books, 1958), o Supercliente utiliza o termo a torto e a direito, cioso de que a (i)lógica do *seu* mundo tende à expansão sem-fim e é *naturalmente* exclusiva. Superado o *welfare state*, ele introjeta a racionalidade mercantil: em vez de lamentar que não há (nem haverá) lugar para todos na ordem do consumo, repete a máxima de que as sociedades são assimétricas desde o antigo Egito. De modo geral, o consumista defende a irracionalidade humana – que repousa sobre a concentração de riqueza *versus* a assimetria social –, sob o embalo da falácia de que “basta não desistir dos sonhos” para *todo e qualquer um* “chegar lá”.

Raramente, o consumista antevê as anomalias do macrossistema em que infravive. A ideologia empreendedora (“nem patrão, nem empregado”) tornou-o orgulhosamente *prático*, contrafeito ao “idealismo” daqueles que *não trabalham duro* feito ele, ou só orbitam no *mundo teórico* da academia. Nada é mais incompatível com o pensamento, o discurso e a pragmática consumista que a preocupação com as questões sociais, por mais pungentes que elas sejam. Ainda assim, sobra tempo e lugar para o cidadão-cliente se ocupar da vida “empolgante” das celebridades e subcelebridades; acompanhar programas superficiais que supervalorizam minúcias; assistir a enlatados em cinemas servidos com pipoca e *big* copos de refrigerante.

Para os adeptos e praticantes do hiperconsumismo, as compras perfazem a plenitude possível. Trabalhar até a exaustão passa a ser percebido como chancela nobre e critério nobilitante, capaz de explicar o gasto desenfreado a reboque do salário (ou do novo endividamento via cartão de crédito). Mesmo quando isso acontece, o consumo costuma ser descrito como recompensa moral, mas também funciona como uma espécie de muleta emocional. O que os consumistas esquecem é que o famigerado “banho de loja” resulta de um movimento cíclico que se inicia pela ansiedade de ter, a compulsão do gasto, a posse do objeto e o questionamento, dali a poucos meses, da efetiva utilidade do item, outrora adquirido com tamanha fúria.

A fala consumista naturaliza a criação de falsas necessidades pela indústria e o comércio, que dependem de estratégias publicitárias cada vez mais agressivas e invasivas. O deslumbramento frente às engenhocas, perfeitamente dispensáveis até a véspera, traduz-se em sentenças tão totalizantes quanto inconsistentes, tais como: “eles pensam em tudo”. O Supercliente ajuíza e condena o mundo em guerra, mas cega frente à beligerância dos meios de publicidade, prestes a arrancar mais bocados de suas parcas economias. É que ele constitui, em essência, um ser guloso e devorador.

Se estivéssemos a reler os ensaios de Sigmund Freud, ousaríamos afirmar que parte desse ser permanece na fase oral. De certo modo, bastaria adaptar a imagem de uma boca que morde e suga o seio materno sem cessar, como metáfora da ânsia hiperconsumista. Um misto de avidez, pressa e cupidez caracteriza a postura irrequieta desse cidadão-cliente, tão orgulhoso de seus atos e trejeitos mercantis.



Política de uso

A reprodução de matérias e fotografias é livre mediante a citação do Jornal da USP e do autor. No caso dos arquivos de áudio, deverão constar dos créditos a Rádio USP e, em sendo explicitados, os autores. Para uso de arquivos de vídeo, esses créditos deverão mencionar a TV USP e, caso estejam explicitados, os autores. Fotos devem ser creditadas como USP Imagens e o nome do fotógrafo.

> TALVEZ VOCÊ GOSTE TAMBÉM



(<http://youtu.be/gBI96LSsrgk>)

DNA antigo liga povo de Luzia à cultura Clóvis
(<http://youtu.be/gBI96LSsrgk>)



(<https://jornal.usp.br/universidade/congresso-apresenta-evidencias-cientificas-para-a-excelencia-na-odontologia/>)

Congresso apresenta evidências científicas para a excelência na odontologia
(<https://jornal.usp.br/universidade/congresso-apresenta-evidencias-cientificas-para-a-excelencia-na-odontologia/>)



(<https://jornal.usp.br/atualidades/casais-homafetivos-possuem-hoje-os-mesmos-direitos-que-os-hetero/>)

Casal homoafetivo já tem direitos antes exclusivos do hétero
(<https://jornal.usp.br/atualidades/casais-homafetivos-possuem-hoje-os-mesmos-direitos-que-os-hetero/>)

JORNAL DA USP (<https://jornal.usp.br/>)



[f](https://pt-br.facebook.com/usponline) (<https://pt-br.facebook.com/usponline>) [t](https://twitter.com/usponline) (<https://twitter.com/usponline>) [v](https://www.youtube.com/canalusp) (<https://www.youtube.com/canalusp>)
[in](https://pt.linkedin.com/school/universidade-de-s-o-paulo/) (<https://pt.linkedin.com/school/universidade-de-s-o-paulo/>)

Sugestões de reportagens (<https://jornal.usp.br/envie-uma-pauta/>)

Tem sugestões de reportagens ou deseja divulgar sua pesquisa, preencha nosso formulário e aguarde nosso contato (<https://jornal.usp.br/envie-uma-pauta/>)

Fale conosco (<https://jornal.usp.br/fale-conosco/>)

Dúvidas, sugestões, elogios, reclamação, entre em contato conosco. (<https://jornal.usp.br/fale-conosco/>)

Número Internacional Normalizado para Publicações Seriadas: *International Standard Serial Number*

ISSN - 2525-6009

Política de uso

A reprodução de matérias e fotografias é livre mediante a citação do Jornal da USP e do autor. No caso dos arquivos de áudio, deverão constar dos créditos a Rádio USP e, em sendo explicitados, os autores. Para uso de arquivos de vídeo, esses créditos deverão mencionar a TV USP e, caso estejam explicitados, os autores. Fotos devem ser creditadas como USP Imagens e o nome do fotógrafo.

Expediente (<https://jornal.usp.br/expediente/>)

PARCERIAS:



O Jornal da USP também pode ser acessado no portal Estadão

(<https://www.estadao.com.br/>)

© 2019 - Universidade de São Paulo

EDITORIAS

Atualidades

Ciências