



CAPITALISMO GLOBAL E PRECARIZAÇÃO DE DIREITOS SOCIAIS: UMA RESISTÊNCIA POR MEIO DO CONSUMO

*Marcos Antônio Striquer Soares**

*Marcos Guilhen Esteves***

Resumo

Após a queda do socialismo real, alguns autores anunciam o desmantelamento do Estado de Bem Estar. A globalização trouxe as condições materiais para que o capitalismo se internacionalizasse e pudesse buscar a redução dos custos produtivos por meio da terceirização da cadeia produtiva e, por conseguinte, enxugamento das empresas. Tal contexto é facilmente perceptível na indústria de vestuário, nas quais grifes mantêm apenas o nome consagrado da marca, enquanto os produtos são comprados de fornecedores terceirizados. A imprensa vem noticiando constantes situações de abuso por parte dessas grifes, acusadas de comprar mercadorias produzidas em regime de exploração de mão de obra. Isso se dá seja em desrespeito às leis vigentes no país produtor, seja pela compra de produtos produzidos em países sem leis trabalhistas que garantam um mínimo de dignidade ao trabalhador. Para que esse sistema sobreviva, é preciso que haja mercado consumidor suficiente. Com base nas lições de Zygmunt Bauman sobre a sociedade de consumo e a função alentadora que o ato de consumir possui na contemporaneidade, pode-se afirmar que nunca antes houve tanta incitação ao consumo. O sistema é tanto mais bem sucedido quanto maior for o seu potencial de fabricar necessidades para o consumidor. Ele, ainda que de maneira inconsciente, é colocado nessa engrenagem de exploração, alimentando-a ao adquirir mercadorias produzidas em regimes de semiescravidão. Negligência, portanto, o princípio ético de responsabilidade perante o Outro. No entanto, ainda são escassos os recursos de resistência à disposição do consumidor. Faz-se necessária uma atuação global em prol da informação do consumidor sobre o regime no qual foi produzida a mercadoria que ele consome, bem como do histórico da empresa em termos de responsabilidade social.

Palavras-chave

Precarização de Direitos Sociais. Globalização. Responsabilidade pelo Outro. Consumo.

* Doutor pela PUC São Paulo e docente do Programa de Pós-Graduação stricto Sensu em Direito Negocial da Universidade Estadual de Londrina. Coordenador do projeto de pesquisa: "Direito E Política: Análise Da Decisão Judicial A Partir Da Liberdade Dos Antigos E Da Liberdade Dos Modernos

** Mestrando (bolsista CAPES) em Direito Negocial pela Universidade Estadual de Londrina. Graduado em Direito pela Universidade Estadual de Londrina.

GLOBAL CAPITALISM AND EXPLOITATION OF WORK FORCE: A RESISTING INSTRUMENT THROUGH THE CONSUMPTION

Abstract

After the fall of real socialism, some authors have announced the end of the Welfare State. The globalization has brought the material conditions for the capitalism internationalization, who could reach the reduction of costs and consequently of enterprises' structure. This context is easily verifiable in fashion industry in which griffes maintain only the renowned trade mark while the products are bought from outsourced furnishers. The media always informs abusive situations perpetrated by these griffes who are accused of buying goods that has been made under a regime of exploitation of the work force. It could happen in a situation of disrespect of the producer country's law and also by buying goods that has been made in countries without working rights that could guarantee a minimum dignity to worker people. The survival of this system is tied to the constitution of a satisfactory consumer market. Based in Zygmunt Bauman's lessons about the consumption society and the heart-warming function that the act of consume represents in contemporaneity, it's possible to affirm that people are now more stimulated to consumption than ever in human History. The system is more effective as much as it could create necessities to consumers. Even unconsciously, consumers are tossed in the exploitation gear when they buy products made under a "almost slavery" regime. They fail in their ethic responsibility for the Other. However, there aren't enough resisting instruments available for consumers. It is necessary a global union for the adequate information to consumers about the regime under which has been made the good that they consume, as well as about the social responsibility of enterprises.

Keywords

Exploitation of Work Force. Globalization. Responsibility for the Other. Consumption.

1. INTRODUÇÃO

Notícias recentes divulgadas pela imprensa nacional e internacional mostraram o lado obscuro da indústria do vestuário. A globalização criou mecanismos para o enxugamento das empresas, de modo que se lhes fosse possível a manutenção tão somente do nome da grife. Todo o resto seria terceirizado, isto é, produzido por fornecedores, os quais poderiam estar instalados em qualquer lugar do planeta, preferencialmente onde as leis trabalhistas, previdenciárias e ambientais fossem flexíveis ou inexistentes. Com isso, houve a redução ainda maior dos custos produtivos, o que ocasionou a necessidade de escoamento dessas mercadorias por meio do consumo. Para tanto, fez-se necessária a criação de uma cultura de consumo, que atrela a felicidade, o sucesso e a realização pessoal à compra de mercadorias.

Essa lógica, no entanto, gera externalidades graves. A sociedade global de consumidores acentua a precarização de direitos sociais, a partir de um movimento de "flexibilização" do Direito do Trabalho. Trata-se, em outras palavras, da redução de normas cogentes em matéria laboral, privilegiando-se a autonomia da vontade das partes. Essa flexibilização dos direitos trabalhistas vai contra a própria estrutura da matéria, surgida a partir de lutas sociais no período da Revolução Industrial inglesa (GODINHO, 2011, p. 96). As fábricas saem de países com leis sociais rigorosas para se instalarem em Estados com

desregulamentação da matéria, gerando, no primeiro caso, desemprego e no segundo, regimes de labor abaixo do patamar mínimo civilizatório.

O consumidor é colocado nessa engrenagem de exploração a partir do momento em que compra produtos fabricados nesse regime. Com isso, traz lucro consideravelmente alto para a empresa, na medida em que paga pela mercadoria um valor muito acima do custo. Além disso, o consumidor rompe o princípio ético de responsabilidade perante o Outro. A ética não se exerce de maneira unicamente individual. Ela existe porque existem relações interpessoais, de modo que é a presença do Outro que faz despertar o sentimento ético (BAUMAN, 2011). Cria-se, assim, um princípio de responsabilidade que nos une a todos. Esse princípio ganha mais relevância quanto mais globalizado se torna o mundo. Nunca antes o célebre poema de John Donne foi tão pertinente:

Nenhum homem é uma ilha isolada; cada homem é uma partícula do continente, uma parte da terra; se um torrão é arrastado para o mar, a Europa fica diminuída, como se fosse um promontório, como se fosse a casa dos teus amigos ou a tua própria; a morte de qualquer homem diminui-me, porque sou parte do gênero humano. E por isso não perguntes por quem os sinos doam; eles dobram por ti.

É bem verdade, porém, que o consumidor não dispõe de todos os meios para respeitar esse princípio ético e oferecer resistência à precarização de direitos sociais. O consumidor não é adequadamente informado da procedência do produto e do regime laboral em que foi produzido. Ademais, o consumidor não possui uma ampla liberdade de escolha: ele escolhe a partir de mercadorias que lhe são disponibilizadas de antemão (NUNES, 2010, p. 66). É importante ressaltar ainda que uma decisão de cunho apenas nacional ou setorial não produzirá efeitos consideráveis na sociedade global. É preciso que haja a união de Estados e organismos internacionais, de modo a criar condições para que os consumidores exerçam seu poder de resistência contra escravidão humana e a degradação ambiental.

2. CAPITALISMO GLOBAL E SOCIEDADE DE CONSUMO

Rouanet (2002), embasado em Weber, traça um diagnóstico da Modernidade, tanto em seu início quanto a partir da globalização. Afirma que ela se caracteriza por intensos processos de racionalização operados em várias esferas do conhecimento. Destaca as esferas política, econômica e cultural. Se antes elas estavam limitadas pelo poder da religião, a Modernidade fez com que esses saberes se autonomizassem, procedimento conhecido como secularização. No que concerne à esfera econômica, Roaunet explica que a Modernidade se

caracterizou pelo surgimento da mão de obra assalariada (relação de emprego), pela absorção de tecnologias pelos meios de produção e pela constituição de modelos de gestão altamente racionalizados.

É possível perceber, portanto, que a Modernidade possuía um projeto que combinava a implementação da eficácia com a emancipação humana. Também nas mencionadas três esferas havia um vetor emancipatório. No caso da economia (que interessa a este artigo), a emancipação consistiria na “liberdade” de busca pelo emprego e pelas mercadorias aptas a proporcionar uma vida “feliz” (ROUANET, 2002).

O autor prossegue afirmando que, com a queda do socialismo real, a modernidade pôde seguir sua vocação mais profunda: a de se internacionalizar. A esse fenômeno deu-se o nome de globalização. Para a economia, isso significa a planetarização do processo produtivo e o caráter mundial dos fluxos de comércio, capitais e tecnologias (ROUANET, 2002, p. 240-241).

A respeito desse fluxo mundial de comércio, capitais e tecnologias, a globalização proporcionou as condições materiais para que as empresas reduzissem ainda mais os seus custos de produção. De início, a redução de custos foi proporcionada pelo modelo fordista de produção em série. Com a globalização, esse modelo se mantém, mas as facilidades de transporte e comunicação tornam viável a implantação de filiais em países estrangeiros, cujas leis trabalhistas e ambientais sejam mais flexíveis ou cujos sindicatos sejam fracos e desprovidos de voz política. É possível ainda o enxugamento da estrutura empresarial, com a terceirização de quase todo o processo de produção. No caso das indústrias de vestuário, por exemplo, à empresa compete apenas atrelar o produto ao nome consagrado de sua marca.

Para que seja possível manter esse sistema de produção, é preciso que haja mercado consumidor. Faz-se necessária a incitação das pessoas para o consumo, de modo a sugerir-lhes que tal prática resultará em felicidade. Conforme será detalhado mais adiante, o capitalismo do consumo em massa será tão mais eficaz quanto maior for sua aptidão em *fabricar necessidades* para os consumidores. Ao observar as campanhas publicitárias, pode-se perceber que cada vez mais elas remetem a uma sensação que pode ser experimentada pelo consumidor. Ao invés de propagandear o produto em si, elas incitam sensações. Nas palavras de Zygmunt Bauman (1999, p. 91), o consumidor experimentam:

[...] não tanto a avidez de adquirir, de possuir, não o acúmulo de riqueza no seu sentido material, palpável, mas a excitação de uma sensação nova, ainda não experimentada — este é o jogo do consumidor. Os consumidores são primeiro e acima de tudo acumuladores de *sensações*: são colecionadores de *coisas* apenas num sentido secundário e derivativo (grifos do autor).

O consumo não é apenas o instrumento de inserção do indivíduo no sistema de produção capitalista. É também mecanismo de interação, de experimentação de certo *status* social e de alento para as próprias frustrações. Todo o tempo, as pessoas são incitadas, encorajadas e promovidas a adotarem um estilo de vida e uma estratégia existencial que gravitam em torno do consumo. A par disso, rejeita-se qualquer opção cultural alternativa. A essa conjuntura social, dá-se o nome de *sociedade de consumo* (BAUMAN, 2008, p. 71).

É certo que essa fabricação de necessidades não é recente. Desde o surgimento do capitalismo industrial (produção em série), fez-se necessária a incitação ao consumo. O que mudou hoje, nesse aspecto, é o cenário. Utilizando o exemplo das indústrias de vestuário, uma mesma peça pode ter sido produzida no Vietnã, a partir de matéria prima chinesa, vendida para uma empresa americana, com consumo final no Brasil. Viabilizou-se para as empresas a busca planetária pela redução de custos: comprar-se a matéria prima de onde for mais barato e produzir-se a peça onde as leis trabalhistas, ambientais e previdenciárias forem menos exigentes.

Essa lógica de produção vem dando margem a situações abusivas, conforme noticia a imprensa nacional e internacional. Os produtos são produzidos em condições precárias, em regime de trabalho de semiescravidão, vendidos às empresas por preços irrisórios, as quais repassam tais mercadorias ao consumidor com margens de lucro altíssimas. No próximo tópico, será trabalhado o contexto de surgimento dos direitos sociais, analisando seus motivos fundamentadores e por fim, comparando-se à tendência atual de flexibilização dos direitos trabalhistas.

3. DIREITOS TRABALHISTAS: DA GÊNESE À “FLEXIBILIZAÇÃO”

Como se sabe, o Direito do Trabalho é um ramo relativamente recente na ciência jurídica. Ao contrário do Direito Civil, cujas raízes remontam da Antiguidade Clássica, o Direito do Trabalho é fruto do modelo de produção industrial imperante na Inglaterra dos fins do século XVIII (GODINHO, 2011, p. 96). Com o declínio da doutrina mercantilista e invenção da máquina a vapor, a riqueza de um país passou a ser medida pela sua produção industrial. Para baratear os custos e, por conseguinte, aumentar as vendas, seguiu-se um método de produção em massa, cujo maior expoente é o fordismo. Esse método consistia na superespecialização do trabalhador em apenas uma parte da cadeia produtiva.

Com o fim do mercantilismo e do comércio maciço de produtos agrícolas, houve um processo de êxodo rural na maioria dos países europeus, destacando-se a Grã-Bretanha. A excessiva oferta de mão de obra e a ausência, até

então, de sindicatos ou organizações trabalhistas, conduziu ao alarmante quadro de exploração dos empregados, que incluía jornadas de trabalho exaustivas, utilização de trabalho infantil, ausência de normas de segurança e saúde no trabalho, dentre outros abusos. Nas palavras de Américo Plá Rodriguez (2000, p. 85):

Historicamente, o Direito do Trabalho surgiu como consequência de que a liberdade de contrato entre pessoas com poder e capacidade econômica desiguais conduzia a diferentes formas de exploração. Inclusive, mais abusivas e iníquas.

Nos últimos anos do século XVIII, começaram a surgir as *trade unions*, precursoras dos atuais sindicatos. No decorrer do século XIX e início do século XX, ocorreram movimentos em prol dos direitos dos trabalhadores. Em 1848, a Europa presenciou um levante maciço de trabalhadores contra a exploração que sofriam, acontecimento que atingiu vários países, como França, Áustria e Alemanha e ficou conhecido como Primavera dos Povos. Em 1891, a causa operária ganha apoio da Igreja com a Encíclica Papal *Rerum Novarum* (do latim, “coisas novas”). A mencionada carta objetivou fazer um diagnóstico socioeconômico da época, sendo possível encontrar em seu texto referências à luta de classes, corporações e, até mesmo, ao socialismo. Tal doutrina, aliás, teve fundamental relevância na gênese do Direito do Trabalho (GODINHO, 2011, p. 95-97).

Em 1917, eclode a Revolução Bolchevique na Rússia. Ao contrário do que acreditava Karl Marx, a revolução socialista não ocorreu em um país com alto índice de população operária. A partir de seu materialismo histórico, Marx pensava que o socialismo seria a resposta ao capitalismo industrial na relação dialética definida pela luta de classes. No entanto, a revolução ocorreu em um país quase que inteiramente rural e com uma população, em sua maioria, analfabeta.

Não se pode negar, porém, que a criação da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas teve enorme impacto na História Mundial, sobretudo considerando a tensão gerada pela Guerra Fria. O temor da expansão do socialismo fez com que muitos Estados intervissem nas relações de trabalho, para regulá-las e garantir um patamar mínimo civilizatório aos operários (COELHO, 2009, p. 6). Em 1919, é fundada a Organização Internacional do Trabalho (OIT), cuja primeira convenção limitava a jornada de trabalho diária em oito horas e semanal em quarenta e oito horas.

Durante a Guerra Fria, os países europeus, para evitarem revoluções operárias, criaram modelos de Estado conhecidos como *Welfare State* (Estado de Bem Estar Social). O ideal desse modelo é, *grosso modo*, a identificação, pelo Estado, das externalidades resultantes do sistema de produção, para que fosse possível estabelecer métodos de prevenção e recuperação. Um dos principais mecanismos para tanto é a tributação (COELHO, 2009, p. 35). Isto é, a indústria

que tem como externalidade a poluição ambiental, deve repassar parte de seu lucro ao Estado, para que ele implemente políticas pró-meio ambiente. Semelhante raciocínio se utiliza para as relações de emprego, com o deferimento aos trabalhadores de um regime jurídico protetivo, o que inclui o pagamento de vários tributos por parte das empresas, a fim de compensar a desigualdade socioeconômica entre patrão e empregado. É por isso, inclusive, que a tributação em países como Dinamarca, Suécia e Noruega é elevadíssima.

Com a falência do socialismo, representada pela queda do Muro de Berlim em 1989 e pelo desmantelamento da URSS em 1991, aumentou-se a defesa do fim do Estado de Bem Estar Social. Isso porque a estrutura do *Welfare State* é demasiado cara e pouco atende aos interesses do capitalismo (COELHO, 1999, p. 6). Só fazia sentido manter esse modelo enquanto havia a “ameaça” socialista. Isso ocasionou um movimento denominado “flexibilização” dos direitos trabalhistas. Quer dizer, houve uma simbiose entre a desregulamentação da matéria e a supervalorização da vontade privada contratual.

Ademais, conforme mencionado em tópicos anteriores, o capitalismo do século XXI se combinou com o fenômeno da globalização, gerando a saída de várias indústrias de países onde as leis trabalhistas são rigorosas e os sindicatos, fortes. Elas migraram para Estados subdesenvolvidos, com escassa regulamentação da matéria, jornadas de trabalho exaustivas, direitos trabalhistas mínimos e idade laboral reduzida. Tais países se situam, especialmente, na Ásia e são conhecidos como Tigres Asiáticos.

A recente notícia do desabamento de um edifício do setor comercial têxtil de Dhaka, capital de Bangladesh¹, chamou a atenção do mundo para as consequências desse capitalismo globalizado. Em abril de 2013, mais de 350 pessoas morreram quando o prédio Rana Plaza desabou. O edifício abrigaria várias oficinas têxteis, em condições precárias e desumanas, que forneceriam roupas para o mercado internacional, inclusive grifes de luxo.

No Brasil, a exploração de mão de obra boliviana no setor têxtil também chamou atenção da imprensa². Os bolivianos saíam de seu país com a “garan-

¹ Notícias disponíveis, na íntegra, em: <http://foreignaffairsreview.co.uk/2013/11/labour-fashion/http://www.mas.org.pt/index.php?option=com_content&view=article&id=597:o-preco-do-lucro-em-bangladesh&catid=109:asia&Itemid=549>; <<http://reporterbrasil.org.br/2013/05/tragedia-em-bangladesh-simboliza-despotismo-do-lucro/>>; todos acessados em 10/01/2014, às 23h40min.

² Notícias disponíveis, na íntegra, em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2013/07/1317521-marca-de-luxo-e-ligada-a-trabalho-degradante.shtml>> <<http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2011/08/17/flagrantes-mostram-roupas-da-zara-sendo-fabricadas-por-escravos.htm>>; <<http://g1.globo.com/profissao-reporter/noticia/2013/04/esquema-de-exploracao-do-trabalho-de-bolivianos-no-brasil-e-revelado.html>>, todos acessados em 10/01/2014, às 23h40min.

tia” de emprego no Brasil, mas, ao chegarem em território nacional, precisavam trabalhar para pagar os custos do transporte, a alimentação, a moradia (que em geral era na própria oficina) e, em alguns casos, a própria utilização das máquinas de produção. O que mais chamou a atenção da imprensa, porém, foi o fato de os principais compradores dos produtos fabricados em tais oficinas serem grifes consagradas. Algumas notícias relatam que os bolivianos recebiam cerca de R\$ 2,50 pela produção de uma peça de roupa, que era vendida na loja *online* da grife por R\$ 379,00³.

Maria Cristina Cacciamali e Flávio Antonio Gomes de Azevedo (2006, p. 151-163) efetuaram interessante estudo no qual retratam toda cadeia de exploração de mão de obra boliviana na cidade de São Paulo (especialmente na indústria do vestuário), desde o aliciamento dos trabalhadores até as condições de labor que enfrentam no Brasil. Ao descreverem os ambientes de trabalho, afirmam que: as atividades se desenvolvem em galpões sem janelas ou porões, respirando-se o pó gerado pela imensa quantidade de tecido acumulado; os trabalhadores habitam no mesmo local em que trabalham, normalmente estendendo-se um colchonete ao lado da máquina de costura; a intensidade do trabalho, a má alimentação e a promiscuidade geram doenças como tuberculose, DST, bem como gravidez precoce.

Renato Bignani (2011), ao analisar o contexto atual da configuração da indústria de vestuário, diagnostica o retorno de um método de produção característico do início da Revolução Industrial: o *sweating system*. Esse modelo se contrapõe ao *factory system* característico do capitalismo industrial, que tem como matriz produtora a fábrica. Já no *sweating system*, a produção se fraciona em uma cadeia de micro e pequenas empresas que concorrem entre si, derrubando o valor do trabalho, o que se agrava ainda mais pelo fato de que a contratação de mão de obra se faz por peça produzida, transferindo-se para o empregador parte do risco empresarial. Dessa forma, o trabalhador também absorve toda a lógica de produção terceirizada e passa a competir com seus pares por mais trabalho. Uma última característica importante é que o *sweating system* é “realizado em uma célula produtiva que se assemelha a uma residência e o trabalho em domicílio é realizado em uma residência que se assemelha a uma célula produtiva (idem, p. 91)”

4. CONSUMO E ÉTICA DO OUTRO

As relações de poder costumam ser analisadas pela Filosofia e Sociologia de maneira unidirecional. Discute-se a legitimidade do poder instituído, como ele se exerce do Estado contra a população ou da classe burguesa contra a operária. Pouco se debate, porém, a respeito do caráter multidirecional do poder.

³ Disponível em: <<http://reporterbrasil.org.br/2013/07/roupas-da-le-lis-blanc-sao-fabricadas-com-escravidao/>>, acessado em 10/01/2014, às 23h50min.

Para Foucault, o poder não pode ser comparado a uma mercadoria da qual se é, ou não, possuidor, nem a uma força que opera apenas de cima para baixo. O poder é um exercício, que pode ser titularizado por qualquer pessoa. Nas palavras do autor, “o poder não é uma instituição e nem uma estrutura, não é uma certa potência de que alguns sejam dotados: é o nome dado a uma situação estratégica complexa numa sociedade determinada (FOUCAULT, 2012, p.103)”.

Significa dizer, *grosso modo*, que todos possuem a aptidão para o exercício do poder. As relações de poder possuem vetores que apontam para variadas direções, inclusive umas contra as outras, de modo que a resistência ao poder não lhe é externa. Pelo contrário, ela integra a mecânica do poder, caminha com ele e influencia suas mutações. A resistência é um exercício de poder, cujo vetor está direcionado para a linha que lhe é oposta.

Aplicando tal raciocínio ao assunto de que trata este artigo, pode-se dizer que a mais eficaz resistência à mencionada precarização de direitos sociais deve integrar a própria mecânica do poder. É certo que, seguindo à risca a teoria foucaultiana, qualquer exercício de resistência integrará a estrutura microfísica do poder. No entanto, não há como negar que quanto mais próxima do vetor contra o qual se irá resistir, mais eficaz será a resistência.

Um modelo capitalista de produção em massa pressupõe o consumo em massa. Esse modelo não pode abrir mão de que as pessoas associem o consumo à felicidade. Na sociedade contemporânea, os laços humanos se tornam cada vez mais frágeis e as interações sociais são interpostas por mecanismos tecnológicos de comunicação (redes sociais, *e-mails*, celulares, entre outros). As campanhas publicitárias dos produtos oferecidos servem para alimentar no consumidor a expectativa de que a compra daquelas mercadorias o colocará em situação igual àquela representada na propaganda. O consumidor sente, ainda que de maneira inconsciente, que precisa adquirir tal produto, pois isso o colocará em um patamar diferente na sociedade ou lhe trará um sentimento de realização pessoal. Pode-se afirmar assim que tanto maior será o sucesso desse modelo quanto maior for sua aptidão em *fabricar necessidades* para os consumidores. Nas palavras de Zygmunt Bauman (2011, p. 67):

A busca de prazeres individuais articulada pelas mercadorias em oferta, uma busca guiada, sempre redirecionada e reformulada por sucessivas campanhas publicitárias provê o único substituto aceitável (na verdade, mal-necessitado e acolhido) para a enaltecida solidariedade de colegas de trabalho e para o calor radiante do cuidar e ser cuidado pelos chegados e queridos em casa e na vizinhança mais próxima.

Para que o consumo em massa funcione adequadamente, é preciso que haja o barateamento dos preços. Ocorre que, conforme visto, muitas empresas

se valem de meios inidôneos para tanto. Ainda que se possa argumentar que as empresas não possuem trabalho escravo ou semiescravo em seu corpo de empregados, não é razoável excluir sua responsabilidade se, de maneira consciente e deliberada, adquirem produtos de fornecedores que utilizam-no.

Em que pese a força que esse mecanismo de fabricação de necessidades possui, é preciso que haja uma conscientização ética do consumidor, de modo que ele entenda sua responsabilidade perante o Outro. A relação ética não se exerce apenas de maneira subjetiva, de si para consigo mesmo. A ética existe porque existem pessoas que devem conviver com um mínimo de harmonia. É a presença do Outro que desperta o sentimento ético (LÉVINAS, 1997).

Nesse sentido, existe um princípio de responsabilidade que nos une, o que desaprova a conduta do consumidor em adquirir produtos que sabidamente foi produzido com precarização de mão de obra. Por motivos mais ou menos egoísticos e individualistas, o consumidor se coloca dentro da engrenagem de exploração e degradação humana e ambiental, tornando-se tão, ou mais, responsável pelos efeitos gerados. Conforme explica Bauman (2011, p. 69), “a vítima colateral do salto para a versão consumista da liberdade é o Outro como objeto de responsabilidade ética e preocupação moral”.

A ideia do consumo consciente é mais trabalhada em matéria ambiental, a partir do princípio de responsabilidade pelas futuras gerações (ou pela vida, nas palavras de Hans Jonas, 1994). Canotilho (2009, p. 177/178), por exemplo, traz a ideia de “sujeito geração”. Diante da percepção de que os comportamentos ecológicos da atual geração comprometem as condições de vida e, até mesmo, a existência das futuras, o sujeito relevante da proteção ambiental deixa de ser uma pessoa determinada ou um grupo determinável.

Essa perspectiva ambiental, apesar de considerar a existência das futuras gerações (o que impõe a redução da mentalidade individualista), se torna mais palpável pelo consumidor na medida em que a degradação ambiental afeta a qualidade de vida de todos. No que tange à precarização de direitos sociais, essa tarefa se mostra ainda mais difícil, pois ela vai de encontro ao sentimento egoístico do ser humano e gera o questionamento sobre o porquê deve o consumidor “se preocupar” com isso. Os consumidores podem ser levados a crer que não possuem responsabilidade para com tal situação ou que a fiscalização de condutas ilegais é função do Estado.

Bauman (2011, p. 68), interpretando Lévinas, afirma que perguntas como “O que isso me dará?”, “Porque eu deveria ligar se outros não ligam?” ou “Outra pessoa não pode fazer isso em meu lugar?” não são o ponto de partida da conduta moral, mas sim um sinal de sua morte iminente.

Assim, sob o prisma da responsabilidade pelo Outro, o consumidor está inserido na estrutura dessa exploração, na qualidade de alimentador do modelo. Bauman (2011, p. 77) afirma que:

No interior da densa rede mundial de interdependência global, não podemos estar seguros de nossa inocência moral sempre que outros seres humanos sofram por falta de dignidade, miséria ou sofrimento. Não podemos declarar que não sabemos, nem ter certeza de que não haja nada que possamos mudar em nossa conduta para evitar, ou pelo menos aliviar a sorte dos sofredores (BAUMAN, 2011, p. 57).

É certo que não se pode afirmar categoricamente que o consumidor posua todos os mecanismos necessários para implementar tal conduta ética em relação ao Outro. Caso, por exemplo, ele adote uma diretriz de não comprar produtos fabricados no sudeste asiático, por serem fartas as notícias de exploração de mão de obra, estará exercendo uma conduta preconceituosa e excludente e que nada garante a moralidade de sua escolha, visto que tais explorações ocorrem no Brasil também. Se optar por não consumir produtos das empresas denunciadas, ninguém lhe poderá garantir que as mercadorias substitutas não tenham sido produzidas em igual regime de semiescravidão.

Nesse contexto, parece pouco razoável exigir que o consumidor assuma seu compromisso em relação ao Outro. Por isso, faz-se necessário que se lhe dê instrumentos adequados, de modo que não tenha mais motivos para se escusar de tal responsabilidade. O Estado e os organismos internacionais, na qualidade de garantidores do mínimo existencial digno a qualquer pessoa, devem atuar de modo a fornecer a correta informação para o consumidor. Se não podem obrigá-los a consumir dessa ou daquela maneira, podem auxiliá-los no seu dever perante o Outro.

5. DIREITO À INFORMAÇÃO

Ocorre, no entanto, que o consumidor não possui adequada informação sobre o modo como foi produzida a mercadoria. Pouco sabe a respeito do histórico da empresa em termos de responsabilidade social. As embalagens e etiquetas informam apenas as características e a composição dos produtos. No máximo, aludem ao país de procedência. Com essas escassas informações, não há meios suficientes para que o consumidor possa exercer resistência alguma a qualquer movimento global contra a exploração de mão de obra ou a degradação ambiental. Essa mínima informação não lhe dá os subsídios necessários para, por meio do consumo, implementar seu ideal de mundo e sociedade.

Conforme aludido em tópicos anteriores, o capitalismo global e a sociedade de consumo, juntas, produzem externalidades que comprometem a dignidade humana e a saúde do meio ambiente. Diante disso, o princípio da informação ao consumidor não pode limitar-se a apresentar o produto. O consumidor deve ser informado sobre as atitudes da empresa de quem ele compra

produtos ou serviços para avaliar a sua responsabilidade perante o mundo e a sociedade.

Por isso, defende-se que Estados ou organismos internacionais criem condições para que o consumidor possa exercer o consumo consciente. A liberdade de compra do consumidor, como visto, é limitada pelo princípio ético de responsabilidade pelo Outro (presente ou futuro), mas se mostra desarrazoado se lhe exigir tal comprometimento se não possui um mínimo de informação para tanto. Ademais, o consumidor pode ser enganado pela escusa da empresa em afirmar que em sua estrutura não há precarização de mão de obra, sendo que o há na de seus fornecedores. Juntos, os Estados e os organismos internacionais devem criar selos de identificação, tal qual, no Brasil, são os selos do INMETRO e de produtos orgânicos. Identificações de fácil entendimento mesmo para consumidores que possuem pouca instrução formal.

É certo que a internacionalização desses selos ou indicações exige que se elabore um *pacto semântico* entre os Estados adeptos sobre o significado do termo “subutilização de mão de obra”. Em virtude da divergência nas legislações, é preciso que se trabalhe com um conceito unificado do que seria o patamar mínimo de direitos sociais, de modo que o consumidor, ao adquirir o produto, tenha certeza de que toda a cadeia produtiva respeitou o referido patamar. A Organização Internacional do Trabalho pode servir como instrumento de diálogo entre os países, para que se chegue a uma noção de “patamar mínimo de direitos” em matéria trabalhista. Aliás, as próprias convenções e recomendações da OIT já dão uma ideia do que poderia consubstanciar essa noção.

Há outras soluções, não autoexcludentes, para resolver o problema da falta de informação, tais como: obrigatoriedade de se afixar algum informativo nos estabelecimentos comerciais a respeito do grau de responsabilidade social que aquela empresa implementa; a divulgação de listas que classifiquem as empresas segundo o seu comprometimento com a sociedade e o meio ambiente; a obrigatoriedade de as empresas possuírem uma atuação mais transparente, de modo a serem compelidas a divulgarem, em seus sítios eletrônicos, um mínimo de informação a respeito de seu processo produtivo, entre outras.

Não é difícil dar respostas a respeito de como se deve criar mecanismos de informação ao consumidor. O que se mostra difícil é transpor as inúmeras barreiras políticas, econômicas, mercadológicas e individualistas que entram o caminho para essa resistência pelo consumo.

6. DESAFIOS À IMPLEMENTAÇÃO DO CONSUMO CONSCIENTE

O consumo consciente é um método de resistência à precarização de direitos sociais e à degradação ambiental que se mostra, de certo modo, pouco contracultural. É bem verdade que, por um lado, a ideia da responsabilidade

pelo Outro vai de encontro com o sentimento egoístico difundido na sociedade de consumo. Por outro lado, porém, ao se argumentar pelo consumo consciente, não se defendem teorias radicais que propõem o retorno do ser humano a modelos sociais comunitários.

Contudo, existem inúmeros percalços para que alcance tudo o que foi falado no tópico anterior. Primeiramente, é preciso considerar que a maior parte das empresas que se valem da precarização de mão de obra se situam em países centrais e desenvolvidos. Essa é apenas mais uma demonstração do imperialismo desses países, agora potencializado pela globalização, que se vale da redução de pessoas à condição de escravo para gerar lucros que aumentarão o PIB das nações ricas. Aos países subdesenvolvidos, sobram poucas (ou nenhuma) alternativas, pois, caso não laborem nessas condições indignas, morrerão de fome e miséria. É difícil, portanto, imaginar que países ricos ou pobres se unirão em prol dessa causa. Nesse aspecto, a pressão por parte do consumidor é a mais efetiva das medidas. A partir do momento em que as empresas perceberem que consumidor não lhe será mais fiel caso ela se mantenha inserida nessa engrenagem de exploração, certamente vão rever suas condutas.

Poder-se-ia ainda argumentar que o consumidor não possui real liberdade de consumo. As “escolhas” do consumidor se limitam àquilo que é oferecido, ou seja, são restritas pela própria condição material do mercado, de modo que mesmo o consumidor mais esclarecido é vulnerável, pois não tem acesso nem determina o ciclo de produção (NUNES, 2010, p. 66). Não se questiona a veracidade de tal raciocínio. É verdade que, ainda que haja a adequada informação do consumidor, se ele necessita de algum produto e não encontra empresa que considere suficientemente responsável, terá de adquirir a mercadoria daquela que não o é, pois não possui os meios de produção. Todavia, soluciona-se o impasse pelo mesmo método do anterior: se as empresas verificarem a tomada de consciência do consumidor, vão reavaliar suas condutas e, ao perceberem que aquelas empresas que já as reavaliaram estão obtendo sucesso, haverá uma mudança de conduta em cadeia.

Um terceiro desafio, esse sim, bastante complicado de se solucionar, é a crise do Estado nacional frente ao fenômeno da globalização. O mundo globalizado é determinado pelo exercício de forças econômicas transnacionais, que desconhecem as barreiras geográficas e jurídicas, artificialmente criadas pelos Estados. Aquela nação que se opuser às deliberações dessas forças econômicas globais será excluída da rota que elas traçam, o que só lhe trará subdesenvolvimento, visto que, ainda hoje, o desenvolvimento é associado à produção de riquezas. Essa crise do Estado provoca um vazio de direito público internacional, o qual se vê preenchido por um direito privado, isto é, contratual, que

prima pela autonomia da vontade em detrimento do caráter cogente das normas estatais (FERRAJOLI, 2005, p. 117). Esse quadro, como se percebe, reduz (ou aniquila) a capacidade de autodeterminação de uma sociedade, a qual só pode escolher entre inserir-se no sistema ou ser excluído dele.

No entanto, essa análise peca por considerar o exercício de poder de modo unilateral, como se essas forças operassem de maneira opressora contra a qual nada se poderia fazer. Todo fenômeno de poder é acompanhado por sua potencial resistência. A resistência está inserida na mecânica do poder. O poder não é unidirecional, não é uma mercadoria do qual se é ou não possuidor. Na verdade, o poder considerado em si mesmo, não existe. Ele é um conglomerado de exercícios coexistentes que formam uma estrutura microfísica de poder. Assim, de um modo ou de outro, sempre haverá uma possibilidade de resistência. A que propomos, é aquela por meio do consumo, visto que é a que mais se aproxima da lógica do capitalismo de produção em série. É de se observar, contudo, que não é o único meio. Negar à sociedade sua capacidade de autodeterminação, fazendo-a cair em um determinismo cômodo, parece servir muito mais aos interesses das aludidas forças transnacionais do que configurar uma consequência lógica da globalização.

Como afirmou Bauman (2011, p. 77), “seja qual for o sentido de ‘globalização’, ela significa que somos todos dependentes uns dos outros”. Essa interdependência configura uma relação dialética de forças, uma mecânica de poder. Essa mecânica não age determinada pela prevalência de tal ou qual força, mas sim pelas interações (por vezes, imprevisíveis) que essas forças operam.

Poder-se-ia argumentar também que as empresas só adotariam uma conduta de responsabilidade social para angariar mercado consumidor e que esse raciocínio pouco tem de ético. É bastante difícil discordar dessa afirmação, mas entende-se oportuno ressaltar que, para os fins deste artigo, limitar-nos-emos a analisar respostas pragmáticas (solucionadoras em termos fáticos) do problema posto. Ademais, acreditamos que a reiteração de condutas éticas podem levar a criação de uma consciência a respeito. No entanto, os meandros motivacionais das empresas nesse aspecto merecem ser discutidos por outros estudiosos que não juristas.

Há, por fim, o forte argumento do individualismo imperante na sociedade de consumo, que levam o consumidor a primar pela sua satisfação pessoal em detrimento dos direitos do Outro. Nesse ponto, remetemos o leitor aos ensinamentos de Bauman esposados no item 3. Diz o autor que se fazemos nossa história num mundo global, não podemos ter certeza de nossa inocência moral quando alguém sofre por injustiça. Ademais, se é verdade que as condições nas quais os fenômenos ocorrem no mundo globalizado não são uma questão de escolha, é igualmente verdade que “muita coisa depende de nosso consentimento ou de nossa *resistência* à forma enviesada até agora assumida

pela globalização do compromisso humano (BAUMAN, 2011, p. 78, grifo nosso)”.
.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A planetarização da economia, operacionalizada pela sociedade global, gerou externalidades graves, que afrontam a dignidade humana. A precarização de direitos sociais, facilmente verificável na indústria do vestuário pelas notícias divulgadas na imprensa e pelas investigações de órgãos públicos, é o exemplo patente dessas externalidades. O desenvolvimento das tecnologias de comunicação provocou a redução das distâncias geográficas, de modo que as empresas puderam buscar o barateamento dos custos produtivos em qualquer lugar do planeta, especialmente onde as leis trabalhistas, ambientais e previdenciárias são frágeis ou inexistentes.

O fim do socialismo real, segundo alguns autores, gerou o desmantelamento do Estado de Bem Estar, o qual possuiria um custo muito elevado para ser mantido. Esse quadro provocou um movimento de flexibilização de direitos sociais, operada por meio da desregulamentação da matéria e substituição de normas cogentes pela autonomia da vontade contratual. A globalização permitiu às empresas se retirarem dos países que não observarem esse imperativo econômico.

Esse barateamento dos custos necessita de mercado consumidor suficiente. Nunca antes houve tanta incitação ao consumo quanto na contemporaneidade. As relações humanas se fragilizaram e, geralmente, são exercidas por interpostos virtuais. O consumo se mostra um veículo incitador de sensações, sempre renovado e motivado por sucessivas campanhas publicitárias, que possuem a exemplar aptidão de *fabricar necessidades* para os consumidores. Todo esse contexto gera uma sociedade egoísta e individualista, que atrela o consumo à felicidade.

No entanto, há imperativos éticos para que o consumidor se responsabilize pela integridade do Outro. A ética só existe porque há coexistência de pessoas que interagem entre si. Por isso, pode-se dizer que a presença do Outro que faz despertar o sentimento ético, de modo que somos todos responsáveis uns pelos Outros. Ainda mais se considerarmos que a globalização provoca uma interdependência de todos para com todos. Nunca antes a célebre frase de John Donne, imortalizada por Hemingway, foi tão pertinente: “não pergunte por quem os sinos doam, eles doam por ti”.

Para que o consumidor possa viabilizar o exercício dessa resistência contra a redução de pessoas à condição de escravos, é preciso que haja a adequada informação. Esse direito de informação não pode se restringir às características do produto, pois isso só atende aos interesses de uma sociedade individualista.

É preciso que o conteúdo desse direito de informação se amplie, de modo a abarcar as condutas de responsabilidade ética das empresas. Existem várias maneiras de se implementar esse direito à informação para o consumidor.

O instrumento que se considera mais eficaz é a indicação por meio de selos afixados no produto (tal como ocorre com os orgânicos) e capazes de comprovar que toda a cadeia produtiva respeitou um dado patamar de direitos sociais. Desse modo, o consumidor de qualquer lugar do planeta, independentemente da legislação trabalhista do país em que a mercadoria foi produzida, poderá ter segurança de que o consumo daquele produto não se valeu de subutilização de mão de obra.

Existem inúmeras barreiras ao consumo consciente. Em que pese ele não ser absolutamente contracultural, ele vai de encontro com forças transnacionais fortes. No entanto, não se pode entender que a globalização coloca a sociedade em um determinismo, retirando-lhe a capacidade de autogerenciamento. Um tal raciocínio despreza a força da atuação social e cria um pensamento cômodo, pois acredita-se que nada pode ser feito. Se o consumo está inserido na estrutura de poder do capitalismo, alimentando-o, é evidente que configura instrumento altamente eficaz para conter seus excessos. Não se negligencia que existem inúmeros percalços de cunho político, econômico, mercadológico e social a serem vencidos para que seja possível ao consumidor concretizar seu ideal de mundo por meio do consumo. Negar-lhe essa capacidade, porém, é desprezar o poder da resistência, de modo a crer que ele será inexoravelmente jogado na engrenagem de produção capitalista, que guiará sua existência, sem que ele nada possa fazer.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **A Ética é Possível num Mundo de Consumidores?** Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

_____. **Globalização: As Consequências Humanas.** Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

_____. **Vida para Consumo: A Transformação das Pessoas em Mercadoria.** Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BIGNAMI, Renato. Trabalho Escravo Contemporâneo: o *sweating system* no contexto brasileiro como expressão do trabalho forçado urbano. In: NOCCHI, Andrea Saint Pastous; VELLOSO, Gabriel Napoleão; FAVA, Marcos Neves (coord.). **Trabalho Escravo Contemporâneo: o desafio de superar a negação.** 2ª ed. São Paulo: LTr, 2011.

CACCIAMALI, Maria Cristina; AZEVEDO, Flávio Antonio Gomes de. **Entre o Tráfico Humano e a Opção da Mobilidade Social: a Situação dos Imigrantes**

Bolivianos na Cidade de São Paulo. Revista do Ministério Público do Trabalho, Brasília, v. 31, p. 151-163, março/2006.

CANOTILHO, José Joaquim Gomes. **Estudos sobre Direitos Fundamentais.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de Direito Comercial.** 13ª ed. São Paulo: Saraiva, 2009, vol. I.

DELGADO, Mauricio Godinho. **Curso de Direito do Trabalho.** 10ª ed. São Paulo: LTr, 2011.

FERRAJOLI, Luigi. Democracia, Estado de Derecho y Jurisdicción en la Crisis del Estado Nacional. In: ATIENZA, Manuel; FERRAJOLI, Luigi. **Jurisdicción y Argumentación en el Estado Constitucional de Derecho.** México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2005.

FONSECA, Márcio Alves da. **Foucault e o Direito.** 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade — A Vontade de Saber.** 22ª Reimpressão. São Paulo: Graal. 2012.

FURTADO, Celso. **O Capitalismo Global.** 6ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

JONAS, Hans. **O Princípio da Vida: Fundamentos para uma Biologia Filosófica.** Petrópolis: Vozes, 2004.

LÉVINAS, Emmanuel. **Entre Nós: Ensaio sobre a Alteridade.** Petrópolis: Vozes, 1997.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor.** 5ª ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

RODRIGUEZ, Américo Plá. **Princípios de Direito do Trabalho.** 3ª ed. São Paulo: LTr, 2000.

ROUANET, Sergio Paulo. Democracia Mundial. In: NOVAES, Adauto (Org.). **O Averso da Liberdade.** São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

* Recebido em 11 mar. 2015.

