

Questão 31

Para responder às questões 31 e 32, leia o trecho do ensaio “A corrida armamentista do consumo”, do economista e filósofo Eduardo Giannetti.

Imagine uma corrida em que os contendores se afastam cada vez mais do objetivo pelo qual competem. A corrida armamentista *stricto sensu* tem dinâmica e propriedades conhecidas: um país, por qualquer motivo, decide se armar; os países vizinhos sentem-se vulneráveis e decidem fazer o mesmo a fim de não ficarem defasados; sua reação, porém, deflagra uma nova rodada de investimento bélico no primeiro país, o que obriga os demais a seguirem outra vez os seus passos. A escalada armamentista leva os participantes a dedicarem uma parcela crescente da sua renda e trabalho à garantia da segurança externa, mas o resultado é o contrário do pretendido. O objetivo da máxima segurança redundando, ao generalizar-se, na insegurança geral — um tênue e onipresente equilíbrio armado do terror.

A corrida armamentista do consumo tem uma lógica semelhante. Nenhum consumidor é uma ilha: existe uma forte e intrincada interdependência entre os anseios de consumo das pessoas. Aquilo que cada uma delas sente que “precisa” ou “não pode viver sem” depende não só dos seus “reais desejos e necessidades” (como se quiser defini-los), mas também — e, talvez, sobretudo, ao menos nas sociedades mais afluentes — daquilo que os outros ao seu redor possuem. Ocorre, contudo, que a cada vez que um novo artigo de consumo é introduzido no mercado e passa a ser usado, desfrutado ou ostentado por aqueles que pertencem ao nosso grupo de referência — restrito a amigos, parentes e vizinhança no passado, hoje expandido pelo *big bang* das mídias, blogs e redes digitais — o equilíbrio se rompe e o desconforto causado pela percepção da falta atíca e impele, como ardência de queimadura, à ação reativa da compra do bem. Porém, quando todos se empenham em alcançar os que estão em cima — ou ao menos não ficar demasiado atrás deles —, eles passam a trabalhar mais (e/ou se endividar) a fim de poder gastar mais, ao passo que o maior nível de gasto e consumo se torna, por sua vez, “o novo normal”. A lógica da situação obriga-os a correr cada vez mais depressa, como hamsters confinados a esferas rotatórias, para não sair do lugar. Todos pioraram em relação ao *status quo ante*, pois agora precisam ganhar mais (e/ou estão mais endividados), e nenhum dos envolvidos, a não ser que adote a opção radical de se tornar um “excêntrico” e “pular fora do carrossel”, consegue isoladamente escapar da armadilha.

(Eduardo Giannetti. *Trópicos utópicos*, 2016. Adaptado.)

QUESTÃO 31

- a) O que o autor entende por “corrida armamentista do consumo”? De que imagem (ou alegoria) o autor se vale no segundo parágrafo para ilustrar a dinâmica dessa corrida armamentista do consumo?
- b) Transcreva um pequeno trecho do texto em que o narrador se dirige diretamente a seu leitor. Justifique sua escolha.

RESOLUÇÃO

- a) Para o autor, “corrida armamentista do consumo” é uma espécie de círculo vicioso do consumo no qual o consumismo de um indivíduo acaba deflagrando o desejo de consumo de outros tantos, em uma relação de inveja, de (falsa) necessidade de também consumir, uma vez que “outro” consome — e ostenta (nas mídias, por exemplo), o “eu” também quer consumir; há, assim, o engendramento de uma relação mimética de consumo na qual a lógica “já que o outro tem, eu também quero ter” é a mola propulsora dessa competição do consumo. Para ilustrar essa dinâmica, o autor vale-se, no segundo parágrafo, da imagem da ilha (“nenhum consumidor é uma ilha”) para esclarecer a ideia do quanto uma pessoa (no caso, mais especificamente, a prática consumista da pessoa) influencia (o comportamento de) outra.
- b) O trecho em que o narrador se dirige diretamente a seu leitor está bem no início do ensaio de Giannetti: “Imagine uma corrida em que os contendores...”. Nessa passagem inicial, há interlocução direta com o leitor, porque o verbo “imaginar” se encontra no modo imperativo (“imagine”), uma prova linguística, portanto, de que o autor está travando uma interlocução com o leitor.