

A SOCIEDADE DE CONSUMO COMO CRISE DO HUMANISMO EM JEAN BAUDRILLARD: OS OBJETOS E A ANULAÇÃO DO HOMEM-SUJEITO

CONSUMER SOCIETY AS CRISIS OF HUMANISM IN JEAN BAUDRILLARD: THE OBJECTS AND THE CANCELLATION OF THE MAN-SUBJECT

Antônio Wagner Veloso Rocha¹

Resumo

O propósito deste artigo consiste em desenvolver uma reflexão acerca do modo como o pensamento de Jean Baudrillard aponta a realidade da sociedade de consumo como responsável pela crise do humanismo na contemporaneidade. Utilizando-se de três instrumentos fundamentais, a saber, a psicanálise, a linguística e a visão marxista da produção, Baudrillard rompe com as concepções tradicionais do mundo presentes na cultura ocidental. Isto lhe permite discutir os efeitos que a sociedade de consumo provoca nas relações humanas, a começar pela construção de uma falsa noção de liberdade e anulação do homem em função da centralidade dos objetos.

Palavras-chave: Baudrillard; sociedade de consumo; capitalismo; relações humanas; objetos.

Abstract

The purpose of this article is to develop a reflection on the way in which Jean Baudrillard's thought points to the reality of consumer society as responsible by the crisis of humanism in contemporary times. Using three fundamental instruments, namely, psychoanalysis, linguistics and the marxist vision of production, Baudrillard breaks with the traditional conceptions of the world present in western culture. This allows you to discuss the effects that the consumer society has on human relations starting with the construction of a false notion of freedom and the annulment of man due to the centrality of objects.

Key words: Baudrillard; consumer society; capitalism; human relations; objects.

¹ Doutor em Filosofia pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Professor do Departamento de Filosofia e do Programa de Pós-graduação em Letras/Estudos Literários da Universidade Estadual de Montes Claros (UNIMONTES). Email: rochaantoniowagner@gmail.com

*Homme, nul n'a sonde le fond de tes âbîmes.
(C. Baudelaire)*

Considerações iniciais

O pensamento de Jean Baudrillard, filósofo e sociólogo francês, aparece aos nossos olhos de homens seduzidos pela onda contemporânea dos objetos de consumo como uma espécie de desvendamento de uma sociedade onde nela se verifica aquilo que podemos denominar “crise do humanismo”. No mundo dos objetos não há mais espaço para que o homem se manifeste, para que a sua real natureza se sobressaia, o que acaba por levá-lo a exercer um papel secundário diante das seduções cotidianas provocadas pelas manipulações do mercado vigente, cujos utensílios são criados por ele próprio. Ao desvendar os efeitos que a sociedade de consumo ocasiona nas relações humanas, Baudrillard, a exemplo de Pierre Bourdieu e Zygmunt Bauman, se atém a todos os mecanismos de uma engrenagem capitalista que faz com que o homem perca, de certa forma, a sua identidade e se entregue de maneira irrefletida a uma prática consumista que não está relacionada simplesmente à supressão das suas necessidades. Muitos são os fatores que levam o homem a consumir. São muitas as facetas de um “jogo” criado para oferecer os mais diversos ingredientes de uma receita ilusória da felicidade humana na contemporaneidade.

Assim, podemos observar – a partir das inferências críticas de Baudrillard ao universo do consumo – a constatação de um fato já encontrado nas formulações teóricas de Marx: capitalismo e humanismo sempre se mantiveram como duas realidades marcadas por um grande distanciamento. A sociedade de consumo, por se caracterizar como resultado do desenvolvimento do processo industrial movido pela hegemonia do capitalismo, tendo a publicidade e a oferta de bens e serviços como elementos fundamentais ao seu inquestionável sucesso, reflete-se diretamente na vida do homem, interferindo assim nas suas escolhas, valores e posicionamentos. O consumo passa a ser a sua senha de entrada e participação no mundo moderno. Ou mais ainda: passa a ser algo imprescindível à sua existência.

As abordagens apresentadas por Baudrillard no conjunto das suas obras nos permitem constatar que hoje é impossível imaginar a existência humana desvinculada da realidade do consumo. Observador do cotidiano social, Baudrillard utiliza-se de três ferramentas essenciais no desenvolvimento da sua análise, a saber, a psicanálise, a análise marxista da produção e a análise lingüística, disciplinas que, sem dúvida,

tornaram-se importantes referências no século XX. Isto implica afirmar que esse procedimento contribui para que as suas ideias adquiram um caráter singular, original e totalmente inovador no debate em torno dos problemas mais emergentes que dizem respeito à condição humana. Trata-se, portanto, de um pensamento que tem como uma das suas marcas a ruptura com os modelos tradicionais de concepção do mundo inseridos na cultura ocidental.

1 - A evidência do objeto

Logo no início de *A sociedade de consumo* (*La société de consommation*), Baudrillard, enfatizando o que havia preconizado em *O sistema dos objetos* (*Le système des objets*), discute o modo como o sujeito acabou se tornando algo secundário em relação ao objeto a partir do mundo do consumo. Segundo ele,

[...] à nossa volta existe hoje uma espécie de evidência fantástica do consumo e da abundância, criada pela multiplicação dos objetos, dos serviços e dos bens materiais (...). Para falar com propriedade, os homens da opulência não se encontram rodeados, como sempre acontecera, por outros homens, mas mais por *objetos*. O conjunto das suas relações sociais já não é tanto o laço com os seus semelhantes quanto, no plano estatístico, segundo uma curva ascendente, a recepção e a manipulação de bens e de mensagens².

A afirmação acima revela que o homem diuturnamente se vê envolvido num processo contínuo de dominação. Os objetos é que determinam o seu estar-no-mundo. Acrescenta Baudrillard que a organização doméstica e os mecanismos de comunicação e atividades profissionais, o espetáculo publicitário do objeto e a veiculação de mensagens através de recursos midiáticos se encontram comprometidos com essa concepção objetal da vida, fazendo com que os homens se distanciem uns dos outros, seduzidos pelo “olhar mudo dos objetos obedientes e alucinantes que nos repetem sempre o mesmo discurso”.³ Tal discurso coloca em evidência a noção de que o ser humano a cada dia está se tornando um mero funcional, perdido no tempo dos objetos, vendo-os atuarem sobre a sua existência. Daí o entendimento de que Baudrillard, ao discutir essa inversão de papéis ocorrida entre o homem-sujeito e o mundo dos objetos, deixa vir à luz o caráter humanista do seu pensamento. Sempre sensível à realidade do homem contemporâneo, escreve Baudrillard no último parágrafo de *Senhas* (*Mots de passe*):

² Baudrillard, 1995, p. 15.

³ *Idem, ibidem.*

O pensamento deve representar, pois, um papel catastrófico, ser ele mesmo um elemento de catástrofe e de provocação num mundo que deseja em absoluto depurar tudo, exterminar a morte, a negatividade. Mas ao mesmo tempo deve permanecer humanista, sempre preocupado com o humano, e encontrar a reversibilidade do bem e do mal, do humano e do desumano⁴.

Não há dúvida de que ao se referir à necessidade do *pensamento permanecer humanista*, Baudrillard, consciente da alienação em que se tornou a vida humana com o apogeu desenfreado do capitalismo pelo mundo afora e com o advento da sociedade de consumo, preocupa-se em mostrar que a reflexão, para além dos pressupostos teóricos e das suas abstrações, deve antes voltar-se para uma análise radical e sistemática acerca da situação do homem na sociedade. Para ele, as especulações e as ideias advindas da história da filosofia não dão conta de pensar, sozinhas, os problemas do homem, os seus confrontos permanentes. Dessa forma, ao desenvolver o seu estudo do objeto e a força que o mesmo exerce sobre o homem, Baudrillard lembra que “nos anos 60, a passagem do primado da produção ao consumo trouxe ao primeiro plano os objetos”⁵, porém o que mais lhe interessa analisar é o sistema de signos e a sintaxe elaborados por esses objetos, o que em muito as teorias lingüísticas irão auxiliá-lo.

A sociedade de consumo, conforme assinalamos, ao promover a centralidade do objeto, acabou contribuindo decididamente para o estabelecimento da crise do humano. Essa crise é marcada inicialmente pelo modelo de sociedade industrial discutido por Marx e Engels. No *Manifesto do Partido Comunista (Communist party manifesto)*, texto de 1848 que expõe de maneira crítica a essência do capital, encontramos as seguintes palavras: “A grande indústria moderna suplantou a manufatura; a média burguesia manufatureira cedeu lugar aos milionários da indústria, aos chefes de verdadeiros exércitos industriais, aos burgueses modernos”⁶, sendo que “pela exploração do mercado mundial a burguesia imprime um caráter cosmopolita à produção e ao consumo em todos os países”⁷. Aqui o que temos é o embrião de uma sociedade que hoje se encontra vivendo a era da *abundância*. Trata-se do espaço onde, de acordo com Baudrillard, “o novo homem selvagem dos tempos modernos tem dificuldade em reencontrar os reflexos da civilização”⁸. Essa sociedade, caracterizada pelos grandes

⁴ Baudrillard, 2001, p. 84.

⁵ *Idem*, p. 09.

⁶ Marx; Engels, 1998, p. 24.

⁷ *Idem*, p. 27.

⁸ Baudrillard, 1995, p. 16.

armazéns e shopping centers, pelo excesso de tudo, pela proliferação de informações e publicidade, pelas variadas mercadorias e utensílios domésticos, pelos alimentos enlatados nas prateleiras dos supermercados, etc., torna-se, sem dúvida, instrumento de forte apelo aos desejos humanos.

Isto é o que vemos claramente em *A sociedade de consumo*, obra que, segundo J. P. Mayer, “mostra com muita perspicácia como é que as grandes corporações tecnocráticas suscitam desejos irreprimíveis, criando novas hierarquias sociais que substituíram as antigas diferenças de classes”⁹. O que vemos nessa obra é uma espécie de hermenêutica do consumo, uma leitura interpretativa e analítica das estratégias de mercado e do envolvimento destas na dinâmica social, intervindo na conduta, nos gostos e na subjetividade dos indivíduos. Como observa Mariângela Machado Toaldo:

A adesão dos sujeitos às práticas consumistas, à ânsia pelo “novo”, pela posse e pela distinção, acaba conferindo uma estratificação social dos mesmos sob a promessa do seu oposto. Os objetos significam também o limite das possibilidades das pessoas e, assim, marcam seus lugares na sociedade¹⁰.

A constatação acima implica que a oferta dos produtos e serviços é propagada de um modo geral para todos os sujeitos sociais com a finalidade de instigá-los a consumir demasiadamente. Porém, cada qual consome de acordo com as suas condições econômicas. A atmosfera do consumo lhes confere um espaço de destaque e distinção no âmbito social, até porque o que é consumido não são os objetos em si, mas o que os mesmos representam. Consome-se não pela necessidade, mas pelo fato de que consumir é algo que se encontra na ordem do dia e quem não consome parece excluir-se socialmente. No que se refere ao caráter representacional do objeto, ao que Baudrillard denominou “objeto-signo”, faz-se necessário esclarecer que o mesmo está associado a um sistema de signos permeado de caráter não-lingüístico e, no entanto, é algo permeado de pressupostos semiológicos e de domínio da linguística.

Em *O sistema dos objetos*, *A sociedade de consumo* e *Para uma crítica da economia política do signo* (*Pour une critique de l'économie politique du signe*), as três primeiras obras de Baudrillard, a sociedade de consumo é concebida a partir da noção de significação do objeto, tendo em vista que, segundo ele, essa sociedade aparece como aquela que promove uma ruptura com a sociedade tradicional, detentora de *valores*

⁹ Mayer, 1995, p. 11.

¹⁰ Toaldo, 1997, p. 89.

simbólicos. Aqui o objeto-signo ocupa o lugar dos símbolos. Sobre este aspecto, vejamos o que nos diz Hygina Bruzzi de Melo:

A inédita ecologia humana, instaurada pela mediação do sistema coerente de signos constituído pelos objetos de consumo e seus lugares geométricos privilegiados, resulta numa profunda alteração das relações entre o homem e natureza e entre o homem e seus artefatos, repercutindo nas novas configurações urbanas dos grandes centros metropolitanos¹¹.

A sociedade tradicional tem como uma das suas características o vínculo afetivo de indivíduos com outros indivíduos, sendo que nela acentua-se a concepção de que as pessoas são efêmeras, marcadas pela transitoriedade, prevalecendo também o apego à história e aos elementos memorialísticos. Já na sociedade de consumo os objetos, ao contrário das pessoas, são eternizados. Eles exercem uma certa superioridade sobre nós.

2 - O objeto-signo e a ausência do sujeito

Para Baudrillard, apesar dos objetos serem vistos como algo estático e inanimado, aparentemente passivos e entregues ao nosso uso, dando a ideia de que são por nós produzidos, eles trazem em si uma expressão, um dizer, que está além do seu caráter utilitário, ou seja, o próprio signo. É através do seu poder de significação que os objetos passam a designar o mundo real e até mesmo a ausência de realidade. Com isso, acaba por também designar a *ausência do sujeito* que, em outras palavras, corresponde à ausência do homem, a anulação da sua atuação direta na ordem das coisas. Desta forma, observamos que a inversão estabelecida entre sujeito e objeto pensada por Baudrillard é uma constatação daquilo que se encontra no âmbito social do consumo.

Ao mencionar o *fim da dimensão simbólica* no segundo capítulo de *O sistema dos objetos*, assim discute o autor: “nossa civilização técnica tenta compensar o desaparecimento da relação simbólica ligada ao gestual tradicional de trabalho, compensar a irrealidade, o vazio simbólico de nosso poderio”¹². Numa nota explicativa referente a esta afirmação esclarece Baudrillard que o aspecto a ser considerado não diz respeito a uma concepção poética do esforço e do gestual tradicional, uma vez que o homem sempre se viu diante da necessidade de usar a força das próprias mãos quando lhe faltavam as ferramentas, mas o que se observa hoje é uma “maquinalidade sem

¹¹ Melo, 1987, p. 11.

¹² Baudrillard, 1973, p. 60.

alma” atuando em nossos dias (os aparelhos domésticos, por exemplo) como um sobreproduto para o gesto humano.

A moral do consumo presente na sociedade contemporânea coloca o objeto-signo como instrumento de manutenção e consolidação da prática consumista, sendo que, na verdade, o que se evidencia não é o seu uso, conforme já explicitamos, mas o jogo de correspondências que se estabelece entre eles. O sistema dos objetos traduz-se num instrumento indispensável para a veiculação do consumo e de tudo o que o mesmo representa na sociedade. Apesar de ser inteiramente marcado pela significação, não possui nenhuma relação com a sintaxe, mas apenas com a semântica e com os elementos léxicos, tornando-se desprovido de linguagem. Diante disso, o que se tem, num primeiro momento, é a sua relação com o sistema tecnológico – associado ao sistema das necessidades –, responsável pela forma como os objetos são comunicados no cotidiano.

Porém, nesse processo de correspondência entre o sistema tecnológico e o sistema das necessidades aparece o seguinte impasse: “a forma peculiar pela qual os objetos são vividos no plano psicossocial não permite uma linha nítida de demarcação entre o essencial e o acessório”¹³ e, sendo assim, “o sistema de significações constituído pelo sistema dos objetos nasce desse choque entre a racionalidade técnica dos objetos e a irracionalidade das necessidades”¹⁴, o que, de certa forma, acaba provocando a transição dos aspectos denotativos presentes no sistema tecnológico para os aspectos conotativos encontrados no sistema cultural.

Evidentemente, são várias as inferências conceituais acerca do sistema semiológico dos objetos apresentados pelo pensamento baudrillardiano. Tal sistema, sem dúvida, possui um caráter tipicamente antropológico, pois somente o homem serve-se de signos, sejam eles lingüísticos ou não-lingüísticos. O signo traz em si a marca do humano. Na sociedade de consumo, o objeto-signo estabelece uma relação íntima com os indivíduos e interfere na objetivação da sua realidade subjetiva. A vida do homem contemporâneo se encontra absorvida diuturnamente pelas imagens da opulência e da fartura. Trata-se do *amontoamento*, da *profusão*, concebidos por Baudrillard como a soma dos produtos disponíveis e o seu excedente, a abundância.

As mercadorias destacadas nos grandes armazéns, os “drugstores”, a ostentação de produtos alimentares e de confecções, aparecem como signos da fecundidade e da

¹³ Melo, 1987, p. 106.

¹⁴ *Idem*, p. 106 - 107.

exuberância. Dá-se a ideia de que tudo é demasiado e está à disposição de todos os indivíduos. Isto é o que Baudrillard denomina “discurso metonímico” da mercadoria, onde o consumidor “compra a parte pelo todo”. Aqui o que ocorre não é uma referência ao objeto de modo específico, mas aquilo que ele significa em sua totalidade. As mercadorias são os objetos-signos que ao serem oferecidas ao consumo sempre estão expostas de forma organizada e sedutora. Além disso, elas sofrem determinadas mudanças para atender às demandas do mercado e estimular a compra, são muitas vezes destruídas e substituídas. Sobre este aspecto, vejamos o que afirma Wolfgang Fritz Haug:

Os consumidores vivenciam a inovação estética como um destino inevitável, embora fascinante. Na inovação estética, as mercadorias deslocam-se em sua manifestação como que pos si mesmas, mostrando-se como objetos sensível-supra-sensíveis. O que aparece aqui refletido no invólucro e no corpo da mercadoria é o seu caráter de fetiche na singularização do capitalismo monopolista¹⁵.

Através da análise crítica da sociedade de consumo, Baudrillard entende que todo o cotidiano da vida humana se vê dominado pela forma de organização estrutural imprimida por essa sociedade. Desde os mais simples aos mais complexos atos humanos, estamos imersos numa rede consumista onde até mesmo o pagamento dos produtos já pode ser efetuado através do “cartão de crédito”, e agora também do “pix”, ao invés do cheque ou do dinheiro líquido. Trata-se da “modernização” das relações comerciais numa sociedade em que, inclusive, a dimensão fantástica do consumo constitui-se como algo essencial para a sua sobrevivência e manutenção. O estatuto miraculoso do consumo é um dos aspectos mais significativos abordados em *A sociedade do consumo*, pois “serve de todo um dispositivo de objetos simulacros e de sinais característicos da felicidade, esperando em seguida (no desespero, diria um moralista) que a felicidade ali venha pousar”¹⁶. Com esta afirmação é possível constatar que o consumo é determinado por aquilo que Baudrillard chama de *pensamento mágico*, pois, segundo ele:

[...] é uma mentalidade sensível do miraculoso que rege a vida cotidiana, é a mentalidade primitiva, no sentido que foi definida como baseada na crença na

¹⁵ Haug, 1997, p. 55.

¹⁶ Baudrillard, 1995, p. 21.

onipotência dos pensamentos: no caso presente, trata-se da crença na onipotência dos signos¹⁷.

Desta forma, tudo o que se encontra no contexto da opulência aparece como a agregação dos *signos* da felicidade humana, mas não é a felicidade em si. Consta que as reflexões de Baudrillard atinentes aos aspectos mágicos inseridos no escopo social foram influenciadas pelos escritos do intelectual francês Antonin Artaud, bem como também parte da sua insistência na compreensão dos mecanismos opressores que movem o mundo. Este caráter miraculoso do consumo é responsável pela promoção da banalidade cotidiana em que os seus méritos não aparecem como resultantes do trabalho, mas como *milagre*. A mercadoria que, de acordo com Marx, é “objeto de necessidades humanas, meio de vida no sentido mais amplo da palavra”¹⁸ tem o seu esforço de produção ocultado em função de uma ideia de que a mesma teria surgido através de uma eficácia milagrosa. Assim a sociedade de consumo encontra a sua perpetuação ao garantir que as novas gerações se tornem as legítimas herdeiras não somente dos bens e serviços, mas do *direito natural à abundância*.

Isto implica afirmar que as novas gerações de consumidores herdarão a submissão aos objetos de consumo, tornando-se também homens em meio aos signos da opulência e da ostentação. Trata-se de um ciclo vicioso caracterizado pela ação eficiente da comunicação de massa que não nos proporciona o contato com a realidade, mas apenas a *vertigem da realidade*. Baudrillard salienta que nesse processo “toda a informação política, histórica e cultural é acolhida sob a mesma forma, simultaneamente anódina e miraculosa”¹⁹, sendo que “aparece dramatizada no modo espetacular e permanece de todo *inaturalizada*, quer dizer, distanciada pelos meios de comunicação e reduzida a signos”²⁰. Ele acrescenta ainda que “o acontecimento irrelevante não constitui, pois, uma categoria entre outras, mas **A** categoria cardinal do nosso pensamento mágico e da nossa mitologia”²¹. De fato, isto é o que vemos na exploração de imagens realizada pela comunicação de massa, onde muitas vezes o *fantástico* toma o lugar da realidade de modo que não mais podemos vislumbrá-la integralmente.

¹⁷ Baudrillard, 1995, p. 21 - 22.

¹⁸ Marx, 2010, p. 31.

¹⁹ Baudrillard, 1995, p. 24.

²⁰ *Idem, ibidem.*

²¹ *Idem, ibidem.*

Considerações finais

A vida cotidiana, como lugar privilegiado do consumo, se vê tomada pela dimensão virtual que, segundo Baudrillard, é comumente entendida como algo que “se opõe ao real, mas sua súbita emergência, pelo viés das novas tecnologias, dá a impressão de que, a partir de então, ela marca a eliminação, o fim desse real²². E talvez seja esse distanciamento da realidade vivenciado pelo homem, uma vez que os objetos o transportam para o mundo dos signos e da representação que os mesmos ocasionam, o ponto-chave onde reside o que aqui chamamos “crise do humanismo”.

O objeto toma o lugar do sujeito no contexto social do consumo. Daí o nosso interesse em apontar as formulações teóricas e conceituais de Baudrillard como base de um pensamento que se distingue pelo seu caráter antes de tudo humanista. Por meio da densidade das suas reflexões Baudrillard questiona o que se tornou o homem ao longo do tempo. O consumo parece hoje constituir a essência humana numa sociedade miticamente estruturada. No humanismo explicitado na radicalidade dos conceitos baudrillardianos quanto mais o pensamento se volta para a evidência do objeto mais se torna próximo do homem.

Não há dúvida de que vivemos a “crise do humanismo”, aquela que Emmanuel Lévinas em sua obra *Humanismo do outro homem (Humanisme de l'autre homme)* afirmou ter “sua fonte na experiência da ineficácia humana posta em acusação pela própria abundância de nossos meios de agir e pela extensão de nossas ambições”²³. Esta crise aponta para a perda das referências humanas no âmbito da sociedade e do seu lugar no mundo. Desde os romanos, várias correntes de pensamento, preocupadas em pôr a questão do homem evidência – enfeixadas sob o título de “humanismo” – ocuparam um lugar de destaque na história da filosofia ocidental. Apesar disso, as questões que dizem respeito à realidade humana permanecem inesgotáveis, até mesmo porque o homem é um ser inacabado e entregue às contingências da vida. Por esta razão, não há um pensamento único sobre o homem. O que há são os múltiplos olhares, as múltiplas possibilidades de reflexão acerca da sua existência.

Assim, torna-se legível para nós o seguinte fato:

Qualquer discurso universal sobre o homem envolve uma forma de autoritarismo, que se manifesta ao pretender impor uma visão particular do

²² Baudrillard, 2001, p. 41.

²³ Lévinas, 1993, p. 71.

humano à diversidade de culturas que perfazem uma pluralidade de visões sobre o humano.²⁴

A história dos vários humanismos que se constituíram no âmbito do pensamento ocidental nos revela que os mesmos fundaram-se, em sua maioria, a partir da perspectiva universalizante. Partindo deste aspecto, entendemos haver em Baudrillard um novo modo de elaboração de um humanismo que não se enquadra na categoria dessas correntes que tomam o homem em seu caráter universal, nem muito menos as suas ideias correspondem, de forma dogmática, a alguma dessas teorias que se firmaram no Ocidente. O que verificamos nos escritos de Baudrillard é a defesa do homem contemporâneo, este que aturdido pela ação dominante do capitalismo se encontra hoje vulnerável às demandas do consumo.

Por fim, vale mencionar que Baudrillard, em *O sistema dos objetos*, discute que a sociedade de consumo, movida pela ideologia da concorrência, acabou instaurando a noção de *homem livre*, cuja liberdade implica o poder de escolha dos objetos e do encontro do consumidor com a sua personalidade. O que consta nesse procedimento é a “realização pessoal” do indivíduo, pois a ele é dada a liberdade – advinda dos efeitos publicitários – inclusive de ser irracional e ter nos bens de produção os reflexos dos seus desejos. A este aspecto Baudrillard chama de “liberdade precária”, uma vez, que apesar de usufruir dela, o homem continua não sabendo quem é ele. Desta forma, torna-se necessário que se promova “o retorno do homem a si mesmo”²⁵, sendo que isto somente um empreendimento verdadeiramente humanista é capaz de fazer.

²⁴ Bartolomé Ruiz, 2006, p. 60.

²⁵ Jolif, 1967, p. 93.

Referências

BARTOLOMÉ RUIZ, Castor M. M. *As encruzilhadas do humanismo: a subjetividade e a alteridade ante os dilemas do poder ético*. Petrópolis: Vozes, 2006.

BAUDELAIRE, Charles. *Les fleurs du mal*. Paris: Gallimard, 1992.

BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo: seus mitos e seus ritos*. Trad. Artur Morão. Rio de Janeiro: Elfos Editora; Lisboa: Edições 70, 1995.

_____. *La société de consommation: seus mythes et ses structures*. Gallimard, 1970.

_____. *O sistema dos objetos*. Trad. Zulmira R. Tavares. São Paulo: perspectiva, 1973.

_____. *Para uma crítica da economia política do signo*. Trad. Aníbal Alves. São Paulo: Martins Fontes, s/d.

_____. *Senhas*. Trad. Maria Helena Kühner. Rio de Janeiro: DIFEL, 2001.

HAUG, Wolfgang Fritz. *Crítica da estética da mercadoria*. Trad. Erlon José Paschoal. São Paulo: UNESP, 1997.

JOLIF, J-Y. *Comprendre l'homme: introduction à une anthropologie philosophique*. Paris: Éditions du Cerf, 1967.

LÉVINAS, Emmanuel. *Humanismo do outro homem*. Trad. Pergentino S. Pivatto. Petrópolis: Vozes, 1993.

MARX, Karl. *Para a crítica da economia política*. tradução Leonardo de Deus. Belo Horizonte - MG: Editora Autêntica, 2010.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. *Manifesto do partido comunista*. Trad. Victor Hugo Klagsbrunn. Rio de Janeiro: Contraponto; São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1998.

MAYER, J. P. "Prefácio". In: BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo: seus mitos e seus ritos*. Trad. Artur Morão. Rio de Janeiro: Elfos Editora; Lisboa: Edições 70, 1995.

MELO, Hygina Bruzzi de. *A cultura do simulacro: hermenêutica filosófica da sociedade de consumo segundo Jean Baudrillard*. *Dissertação* (Mestrado). Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. Belo Horizonte: UFMG, 1987.

TOALDO, Mariângela Machado. "Sob o signo do consumo: status, necessidades e estilos". In: Revista *FAMECOS*, Porto Alegre, nº 07, novembro, 1997.

Recebido em: 10/04/2024.

Aprovado em 10/06/2024.