

NÃO VER O QUE DEVERIA SER VISTOⁱ

Emerson Wendt¹



Foto/Créditos: ONG Cordaid, campanha *People in Need*

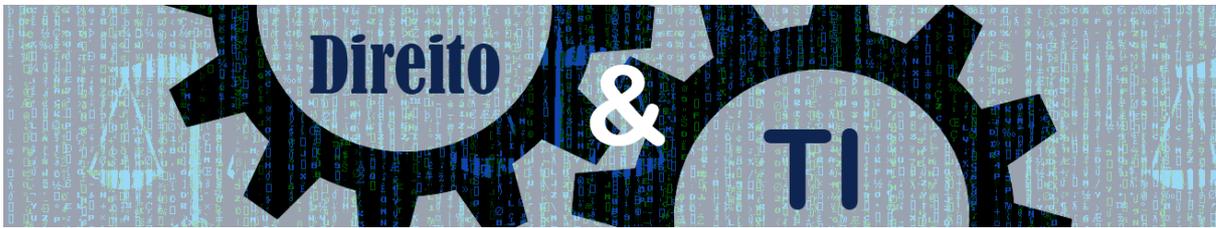
Confesso que não vi. Também, confesso que olhei, mas não vi. Exercitei aquele olhar direcionado ao que, naquele momento mais me interessava e mais estava latente nos meus pensamentos. Olhei aquela imagem e o que me interessou foi a possibilidade de adquirir e viver em um lugar tranquilo, longe do dia a dia urbano.

Então, percebi o quanto fui egoísta e o quanto fui desatento ao que realmente se passa. Aquela imagem, de um homem simples, africano, com um copo de cerveja na mão, no meio de um lugar sem muros, distante dos centros urbanos, me levou a pensar apenas no *locus*. Esqueci de ir além! Não li, como a maioria dos consumidores e clientes não lê, as letras miúdas escritas e comparativas de preços de um copo de cerveja e um galão de água, este um elemento quase raro em solo africano.

Meus olhos sorrateiros me enganaram e meu cérebro não percepcionou corretamente o que havia, de fato, naquela mensagem: o quanto somos consumistas e pagamos por ter determinadas coisas e acessos a elementos de consumo, de luxo ou não, enquanto outros passam necessidades.

Estava eu, será, em busca da felicidade prometida pelo consumo e ansiada por todos nós? Ou,

¹ Delegado de Polícia Civil do Rio Grande do Sul. Autor do livro *Inteligência Cibernética* (Delfos, São Paulo, 2011), coautor dos livros *Crimes Cibernéticos: Ameaças e Procedimentos de Investigação* – 2ª ed. e *Inteligência Digital* (Brasport, Rio de Janeiro, 2013). emersonwendt@gmail.com.



realmente, sou como um consumista qualquer que apenas deseja adquirir algo e não se atém a pequenos detalhes, seja no contrato de compra, seja no próprio produto em aquisição? Ou ambos? Logicamente, é bem possível que ambos!

As lições, então, foram apreendidas, pois que a percepção superficial de algo pode levar a incompreensões em relação ao todo. Isso resulta no erro, no arrependimento, na não satisfação prometida e, muito mais, no não sentir o que é mais importante e que está a sua volta. Afinal, a felicidade também pode estar em dispensar um pouco de tempo e dinheiro e auxiliar os necessitados!

ⁱ Provocação epistêmica proposta pelo Prof. Marcos Catalan no decorrer da cadeira O Direito e a Sociedade de Consumo no Mestrado em Direito e Sociedade do Unilasalle/Canoas.