



Consumo cultural e identidade social do indivíduo na pós-modernidade: Uma reflexão sobre as transformações socioculturais segundo as análises de Zygmunt Bauman e Gilles Lipovetsky.

Jéssica Aparecida Poletto CABRAL¹

Neila Duarte LEONÇO²

André Tezza CONSENTINO³

Universidade Positivo, Curitiba, PR

Resumo

Esse artigo discute a percepção dos escritores Zygmunt Bauman e Gilles Lipovetsky sobre o papel do consumo na construção social da identidade do indivíduo pós-moderno. Resulta de pesquisa qualitativa bibliográfica sobre ambos os autores. Mostra que a sociedade contemporânea desenvolveu novos estilos de vida, pautados na exaltação do consumo, do presente, do prazer e do individualismo.

Palavras-chave: pós-modernidade; consumo; identidade; Bauman; Lipovetsky.

Introdução

A pós-modernidade e a individualização são dois dentre os temas de maior relevância nos debates das ciências sociais. São temas centrais também no trabalho de dois grandes pensadores: Zygmunt Bauman e Gilles Lipovetsky. Os dois autores em questão procuraram compreender os aspectos que constituem a pós-modernidade descrevendo o processo de deslocamento das estruturas tradicionais ocorrido na sociedade contemporânea, assim como a descentralização das referências que ligavam o indivíduo ao seu mundo sociocultural, por meio do enfraquecimento dos espaços coletivos. Tais mudanças teriam sido ocasionadas, principalmente, pelo processo de globalização, que modifica as noções de tempo e espaço e desaloja o sistema social e as estruturas fixas de identidades.

¹ Estudante de Graduação 6º semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UP, email: je_apc@hotmail.com

² Estudante de Graduação 6º semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UP, email: neiladl@hotmail.com

³ Orientador do Trabalho. Mestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UP, email: atezza@up.com.br



Com a condição pós-moderna, desenvolve-se um processo de construção de uma cultura global, e privilegiam-se serviços e informação sobre a produção material, o que faz com que a Comunicação e a Indústria Cultural ganhem papéis fundamentais na difusão de valores deste novo sistema. Tendo em vista esse referencial, surge o questionamento de qual é o papel do consumo na construção da identidade social no contexto da pós-modernidade na visão de Bauman e Lipovetsky.

Sendo assim, neste artigo serão associadas e contrapostas as ideias desses dois autores acerca da pós-modernidade. Começaremos debatendo as visões de ambos, quanto à definição do que é a pós-modernidade. Logo, serão expostas outras questões subjacentes ao debate sobre o ambiente pós-moderno e as consequências sociais do individualismo contemporâneo – questões essas que são fundamentais para a compreensão do pensamento de ambos os autores. Será abordado também o surgimento da sociedade de consumo de massa e suas influências na formação social atual, especificando como o universo dos objetos, imagens e da informação alterou a forma de pensar e agir no ambiente coletivo e privado.

O conceito de Pós-modernidade

A pós-modernidade caracteriza-se por uma crítica aos padrões sociais e culturais que vigoraram no século XX e é típico das sociedades pós-industriais. Em termos históricos ela acompanha a crise do pós-guerra e, posterior, a extinção dos modelos comunistas e socialistas, assim como o avanço do capitalismo em sua feição globalizada e neoliberal.

O indivíduo passa a testemunhar a crise de valores, o aumento populacional nos grandes centros urbanos, encontrando até mesmo dificuldades em sua própria locomoção. E essa transfiguração de tradição, emoção e razão mistura-se ao que o homem contemporâneo enfrenta nas cidades grandes. Pode-se analisar o simples fato de que, mesmo em casa, o homem não está afastado dos instrumentos de comunicação que giram o mundo, seja por meio da televisão, do rádio, do telefone, do computador e de inúmeras outras tecnologias que dominam fortemente o imaginário pós-moderno.

Torna-se difícil pensar em um espaço integralmente real e autêntico, ou seja, pensar que possa haver autonomia numa vida cotidiana invadida por todo tipo de comunicações, serviços e produtos. Apelos ao consumismo, entretenimento, rapidez e saturação das informações, e dominação da tecnologia não facilitam a concepção de emancipação do indivíduo.



Segundo David Harvey existem alguns teóricos contemporâneos que conceituam o pós-modernismo algo designado às mudanças ocorridas nas ciências, nas artes e nas sociedades avançadas desde 1950, quando, por convenção, se encerrou o modernismo (1900-1950). Segundo estes estudiosos, a era pós-moderna surge com a arquitetura e a tecnologia, mais especificamente com a computação, nos anos 50, e cresce ao entrar pela filosofia, durante os anos 70, como crítica da cultura ocidental. Hoje, em amadurecimento, alastra-se na moda, no cinema, na música e no cotidiano programado pela ciência e tecnologia. Uma das transformações mais relevantes, derivadas da pós-modernidade, é a maneira como o indivíduo passa a vivenciar o tempo e o espaço. O primeiro se modifica devido à mobilização dos mercados de massa e a passagem do consumo de bens para o consumo de serviços, que acelerou o ritmo de consumo e influenciou no encurtamento do “tempo de vida” dos objetos, modificando estilos de vida, hábitos de lazer e entretenimento, e conseqüentemente, a maneira – agora descartável, de o indivíduo lidar com o que o cerca. O segundo, devido aos avanços dos sistemas de comunicação, que transportam as notícias de seu local de origem e a espalham pelo mundo; o desenvolvimento dos transportes, que diminuiu as distâncias territoriais; a tecnologia e a globalização que aproximam as pessoas; e o universo das mercadorias, que aumenta a impessoalidade, por exemplo: onde antes havia uma praça hoje se constrói um *shopping center*.

O teórico, ao argumentar essas ideias, afirma que a pós-modernidade busca privilegiar a heterogeneidade e a diferença do indivíduo como forças libertadoras da cultura. Uma das características mais marcante da reflexão pós-moderna é a vasta desconfiança a todos os discursos e/ou conceitos universais. O autor em seus estudos analisa o pensamento de Terry Eagleton, crítico literário inglês, que expõe a diversidade ou pluralismo retornado do pós-moderno e essa gama heterogênea de estilos de vida que impulsionam o sentimento nostálgico de legitimar a si mesmo. Desse modo, Harvey complementa sua ideia de que na era pós-moderna a sociedade sofre transformações na sensibilidade e nas práticas sociais que a cercam, tornando-se fragmentada e descontínua. Para ele, o que há de mais relevante na pós-modernidade é o caos da vida moderna e a dificuldade de lidar com ela. Pensando nisso, observa-se que a condição pós-moderna dá ênfase aos valores e virtudes da instantaneidade, descartabilidade, volatilidade e efemeridade.



O retrato do pós- modernismo que esbocei até agora parece depender, para ter validade, de um modo particular de experimentar, interpretar e ser no mundo – o que nos leva ao que é, talvez, a mais problemática faceta do pós-modernismo: seus pressupostos psicológicos quanto à personalidade, à motivação e ao comportamento. (HARVEY, 2007. p. 56).

Outros autores, como Zygmunt Bauman e Gilles Lipovetsky apontaram seus estudos para conceitos sobre o indivíduo e os aspectos sociais que o cercam. O primeiro, visto como um dos mais produtivos sociólogos da atualidade foi um dos popularizadores do termo pós-modernidade, e considera o termo no sentido de forma póstuma ao que é moderno e desenvolveu a expressão “modernidade líquida”, que também é o título de uma de suas mais relevantes obras, em que a sociedade passa a perceber a realidade ambígua, multiforme, aberta e menos categórica. Para ele, de certa forma, a crise das estruturas tradicionais e vanguardistas, características da modernidade, produziu um clima líquido e fluido, típico do precário, da rapidez, aceleração. Na cultura elaborada na pós-modernidade, tudo flui de uma maneira muito rápida, de uma forma que, aquilo que era considerado correto ontem, hoje já não é mais.

[...] o status de todas as normas, inclusive a norma da saúde, foi severamente abalado e se tornou frágil, numa sociedade de infinitas e indefinidas possibilidades. O que ontem era considerado normal e, portanto, satisfatório, pode hoje ser considerado preocupante, ou mesmo patológico, requerendo um remédio. (BAUMAN, 2001. p. 93).

Na visão de Bauman, duas características fazem da modernidade líquida algo de diferente e novo. São elas: o estreitamento da antiga ilusão moderna, e a desregulamentação e privatização das tarefas e deveres modernizantes. A primeira busca analisar em vários momentos o sentido mais profundo da “liquidez”.

[...] da crença de que há um fim do caminho em que andamos, um tólos alcançável da mudança histórica, um Estado de perfeição a ser atingido amanhã, no próximo ano ou no próximo milênio, algum tipo de sociedade boa (...) da ordem perfeita em que tudo é colocado no lugar certo (...) do completo domínio sobre o futuro. (BAUMAN, 2001, p.37).

Bauman coloca a filosofia da história, que analisa as dimensões da existência humana por meio das teorias de progresso e descontinuidade histórica, como a possibilidade de calcular o futuro a partir dos dados presentes. Nesse contexto, ele aproxima-se às teorias dos maiores teóricos da pós-modernidade - Lyotard, Rorty e



Vattimo - que apontam, nas ideologias da modernidade, o âmago de toda uma elaboração racional que, por séculos, se esforçou para determinar o futuro, pagando o alto preço de forçar a realidade presente. E também, o fato de que as ideologias modernas não eram nada mais que o fruto de uma elaboração conceptual desvinculada da realidade, foi a história a demonstrá-lo.

A segunda característica marca o novo contexto cultural. Aquilo que, na modernidade, era considerado tarefa da coletividade, da sociedade, foi transferida para o indivíduo. De agora em diante, vale somente aquilo que interessa para o indivíduo. Ninguém quer gastar mais o seu tempo para que os valores sociais sejam alcançados e realizados: vale somente o interesse individual. É esta a lógica do mercado que afeta a vida política e as atitudes da vida banal. “As esperanças de aperfeiçoamento, em vez de convergir para grandes somas nos cofres do governo, procuram o troco nos bolsos dos consumidores,” (BAUMAN, 2001, p.47).

Esta segunda transformação – da socialização à individualização – que, segundo Bauman, marca altamente a modernidade líquida, prejudica não apenas a cultura, porém também e, talvez, sobretudo, a vida comum do homem pós-moderno.

A individualização chegou para ficar; toda elaboração sobre o modo como levamos nossas vidas deve partir do reconhecimento desse fato. A individualização traz para um número sempre crescente de pessoas uma liberdade sem precedentes de experimentar – mas traz junto a tarefa também sem precedentes de enfrentar as consequências. (BAUMAN, 2001. p. 47).

Já o segundo pensador, Gilles Lipovetsky, que acredita não ter havido uma ruptura com a modernidade, utiliza o termo Hipermodernidade e considera que os tempos atuais são “modernos” com uma exacerbação de algumas características como: o individualismo, o consumismo e a ética hedonista.

A noção do surgimento da Pós-modernidade segundo Lipovetsky, diz respeito a questões como o enfraquecimento das vanguardas, os movimentos artísticos, as revoluções culturais do século XIX e XX, além dos valores burgueses e capitalistas da sociedade de consumo. O autor se apoia nas análises de Daniel Bell, sociólogo americano, para defender que a pós-modernidade descende de uma crise cultural no sistema capitalista, o qual se sustentou em valores como: efemeridade e cultura do novo. Essa cultura pós-moderna iniciou-se com as formulações estéticas de Baudelaire (p.62), e entre 1880 e 1930 ganha relevância com a perda de significância do espaço de



representação clássica, e amplia-se com a revolução cultural do final do século XIX quando a crítica dos valores e regras da sociedade burguesa ganha espaço e as manifestações em prol da exaltação do indivíduo, da autenticidade, do prazer e da singularidade tornam-se relevantes. "O marasmo pós-moderno resulta simplesmente da hipertrofia de uma cultura arrematada pela negação de toda ordem estável". (LIPOVETSKY, 2005, p. 62)

Desse modo, surgem no âmbito da cultura e das relações sociais, o caráter hedonista e um individualismo ilimitado, o qual abre portas para o aparecimento do consumo de massa, por meio da dissipação desenfreada de objetos, imagens, publicidade e da moda, persuadindo assim a sociedade ao ideal do gastar, do lazer e entretenimento, dos impulsos e desfrutar o presente.

Portanto, estabeleceu-se, sob os efeitos conjugados do modernismo e do consumismo de massa, uma cultura centrada na realização do eu, na espontaneidade e no desfrute: o hedonismo se torna o "princípio axial" da cultura moderna [...] (LIPOVETSKY, 2005. p. 64).

Com o surgimento da cultura de consumo de massa, as pessoas passam a ser anexas ao processo de consumismo, já que o bombardeio de informações e modelos torna as identidades pós-modernas superficiais e recicláveis. A pós-modernidade representa um novo modelo de estruturação social e cultural, mas é, principalmente, instrumento no novo processo de personalização. "O pós-modernismo é sincrético, ao mesmo tempo cool e hard, convival e vazio, psi e maximalista". (LIPOVETSKY, 2005, p. 94).

Para Lipovetsky, a sociedade pós-moderna é a virada histórica do mundo material e social, e por meio do encolhimento do tempo - social e individual, do enfraquecimento do estímulo progressista, da decepção à expectativa e aos pontos de referência política, religiosa e ideológica, que ela se organiza. O ambiente pós-moderno é capaz de anular, por meio da apatia, aspectos relevantes à sua própria estrutura social. Para ele, entretanto, é errôneo afirmar que a sociedade pós-moderna seja totalmente inconsistente em sua legitimidade, já que apesar das inúmeras possibilidades de manifestações, uma é pertinente e unânime ao ideal pós-moderno: a busca pela emancipação social do indivíduo e sua autonomia individualista. Lipovetsky analisa o cenário pós-moderno evidenciando a cultura de consumo e da informação, argumentando que esta sociedade enfrenta uma transformação histórica em relação às



formas de controle social. Segundo ele, o mundo contemporâneo instaurou uma revolução do cotidiano e do indivíduo, na qual o ambiente privado ampliou-se, as identidades sociais se fragmentaram e o caráter ideológico, político e religioso desapareceu. Também analisa o pressuposto de que na cultura pós-moderna, o prazer e o instinto dos sentidos são os valores em ascensão, e que a pós-modernidade é uma cultura extremista, por carregar os ideais modernistas à exaustão, além de ser uma cultura sem real intrepidez, por se conformar a democratizar os valores hedonistas.

É no decorrer da década de 1960 que o pós-modernismo revela suas características maiores com seu radicalismo cultural e político, com seu hedonismo exacerbado; revolta estudantil, contracultura, voga da maconha e do LSD, liberação sexual, mas também filmes e publicações pornô-pop, aumento da violência e da crueldade nos espetáculos, a cultura comum se harmoniza com a liberação, com o prazer e com o sexo. (LIPOVETSKY, 2005. p. 83).

Em síntese, observa-se que a pós-modernidade destituiu a carga revolucionária do modernismo, permitindo que vigorasse a cultura da versatilidade.

A sociedade de Consumo de Massa

De acordo com Bauman, o fascínio pela competição de ofertas aperfeiçoadas resulta em uma suposta corrida. Nesta corrida dos consumidores, a linha de chegada sempre se move mais rápido que o mais rápido dos competidores; mas a maioria deles possui alguma dificuldade, seja de saúde ou alguma outra, em que o que realmente importa é permanecer na corrida até o fim. Então é a continuação dessa corrida, a satisfação de permanecer nela, que se torna o verdadeiro vício. “Como meio de aplacar a sede, todos os vícios são autodestrutivos; destroem a possibilidade de se chegar à satisfação” (BAUMAN, 2001, p. 85). Nesse contexto, segundo ele, o paradigma da sociedade de consumo é a ação de comprar.

Para o autor, o ato de comprar envolve várias possibilidades, desse modo vamos às compras nas lojas e foras delas também: “Vamos às compras na rua e em casa, no trabalho e no lazer, acordados e em sonhos. O código em que nossa ‘política de vida’ está escrito deriva da pragmática do comprar”. (BAUMAN, 2001, p. 87).

Ele afirma que a busca ávida e sem fim por novos exemplos aperfeiçoados e por receitas de vida são também uma variedade do comprar. Há muitas áreas em que precisamos ser mais competentes e cada uma delas requer uma compra. Vamos às



compras pela necessidade de nosso sustento e pelos meios de persuadir ao nosso redor pelo o que gostaríamos de vestir e por maneiras de fazer com o que os outros acreditem que somos o que vestimos. Conseqüentemente a lista de compras não tem fim. Porém, por mais longa que seja essa lista, a opção de não ir às compras não entra nela, já que o próprio indivíduo é convocado a escolher. “[...] consumismo em sua forma atual não está, como sugere Harvie Ferguson, fundado sobre a estimulação do desejo, mas da liberação de fantasias desejosas”. (BAUMAN, 2001, p. 89).

A cultura do consumo, portanto, emerge um estado de aflição, simbolizado pelo sentimento de inadequação diante da eterna tentativa de domínio do tempo, acarretando na formação de um imaginário que relaciona o uso e o descarte como essenciais para a ideia de movimento constante: a vida do consumidor não se refere à aquisição e posse. Refere-se, em vez disso, estar em movimento. Para o autor, a nova retórica capitalista impõe lógicas de inclusão “muito mais duras e inflexíveis do que na sociedade dos produtores” e, assim, os sujeitos que nela habita só poderão fazer parte quando eles mesmos se interpretam como produtos vendáveis, reconhecendo que o consumo é hoje o único meio pelo qual os critérios de legitimação e de distinção são tomados como valores. “A vida organizada em torno do consumo, por outro lado, deve se bastar sem normas: ela é orientada pela sedução, por desejos sempre crescentes e quererem voláteis – não mais por regulação normativa”. (BAUMAN, 2001, p. 90).

Bauman afirma que é a sociedade de produtores que coloca a saúde como o padrão que seus membros devem atingir, enquanto a sociedade de consumidores coloca a aptidão como princípio. Diferenciando ambos os termos, o autor descreve a saúde como limites entre ‘norma’ e ‘anormalidade’ da sociedade dos produtores. Segundo ele, saúde é o estado desejável do corpo e do espírito humano, isto é, refere-se a uma condição corporal e psíquica que permite a satisfação das demandas atribuídas. Já aptidão, significa um corpo flexível e absorvente, pronto para viver e/ou enfrentar o não rotineiro. Acima de tudo arriscar o novo, quebrando todas as normas.

Do mesmo modo, porém com algumas especificações próprias, Lipovetsky no livro *Felicidade Paradoxal*, afirma que a revolução no âmbito do consumo é descendente das novas ordens capitalistas, e provocaram alteração nos estilos de vida, e nas relações que as pessoas exerciam entre si e com o mundo material, possibilitando assim o surgimento da sociedade de consumo de massa.

Para ele, a era do consumo de massa, inicia-se por volta de 1880, após a expansão dos mercados nacionais, da modernização de infraestruturas de transporte e



comunicação, e o surgimento de máquinas de fabricação. Mas é a partir da expansão da economia fordista que a sociedade de consumo de massa realmente se estrutura, por meio do crédito e da mobilização das massas a uma demanda material pautada em um modo de vida. “Eis um tipo de sociedade que substituiu a coerção pela sedução, o dever pelo hedonismo, a poupança pelo dispêndio, a solenidade pelo humor, o recalque pela libertação, as promessas do futuro pelo presente”. (LIPOVETSKY, 2007, p. 35).

O autor argumenta que tal sociedade baseia-se na procura do conforto, ao invés das aspirações nacionalistas, e dos lazeres ao invés do espírito revolucionário. É pautada no bem-estar e passou a centralizar o consumidor. Ele defende que a sociedade de consumo padronizou produtos, ocasionou a economia da variedade, da inovação e competitividade, além de desenvolver sistemas aperfeiçoados de comunicação e fluxo de informação como ferramentas à conquista de novos mercados.

[...] o imperativo é mercantilizar todas as experiências em todo o lugar, a toda hora e em qualquer idade, diversificar a oferta adaptando-se às expectativas dos compradores, reduzir os ciclos de vida dos produtos pela rapidez das inovações, segmentar os mercados, favorecer o crédito ao consumo, fidelizar o cliente por práticas comerciais diferenciadas. (LIPOVETSKY, 2007, p. 13).

Lipovetsky observa que a cultura de consumo provocou transformações no comportamento e no imaginário dos indivíduos, ganhando espaço no ambiente privado e tornando o consumo algo intimizado e individualista. Esse ciclo deu início às transformações sociais que resultaram no ambiente pós-moderno atual: a formação de identidades sociais mais autônomas em relação às instituições coletivas; a privatização da vida e o surgimento de uma cultura de consumo voltada ao indivíduo.

Porém, ainda no livro *Felicidade Paradoxal* Lipovetsky afirma que essa tradicional cultura de consumo chegou ao fim, e hoje a sociedade vive uma nova fase neste sentido – a mercantilização moderna, subjetiva e emocional, denominada por ele de Hiperconsumo. O autor acredita que nessa fase contemporânea de consumo, o consumidor é mais imprevisível e volátil e tem mais discernimento ao fazer sua escolha entre as inúmeras propostas ofertadas. As motivações privadas superaram as coletivas, já que o indivíduo está mais ligado às questões de comunicação, saúde, e busca de qualidade de vida. “O consumo ordena-se cada dia um pouco mais em função de fins, gostos e de critérios individuais”. (LIPOVETSKY, 2007, p. 41).



Ao argumentar o surgimento da sociedade hiperconsumista, o autor expõe que tal sociedade passou para segundo plano a corrida pela posição social e os comportamentos de moda. Para ele o universo das novidades ganhou novo rumo e o consumo passou a ser um conjunto de serviços em prol do indivíduo.

Diferentemente do consumo à moda antiga que tornava visível a identidade econômica e social das pessoas, os atos de compra em nossas sociedades traduzem antes de tudo diferenças de idade, gostos particulares, a identidade cultural e singular dos atores, ainda que através dos produtos mais banalizados. (LIPOVETSKY, 2007, p. 42).

Do mesmo modo, Lipovetsky utiliza a expressão Hipermodernidade para definir o mundo atual. Para ele, na estrutura social em que vivemos o termo pós-moderno tornou-se vago e limitado para exprimir uma sociedade em que as coisas se tornaram intensas e urgentes, e as mudanças ocorrem em um ritmo acelerado, determinando um tempo marcado pelo efêmero, no qual a flexibilidade e a fluidez aparecem como alternativas de acompanhar essa velocidade. O autor sugere o termo, por acreditar que a sociedade contemporânea vive uma exacerbação dos valores criados com a pós-modernidade, sendo a hipermodernidade caracterizada como a cultura do excesso, em que o consumo tornou-se criador de novas identidades, já que a compra não manifesta apenas a ação hedonista do indivíduo como também tenta atender as expectativas e questionamentos provocados pelos múltiplos referenciais da sociedade. “Numa época em que as tradições, a religião, a política são menos produtoras de identidade central, o consumo encarrega-se cada vez melhor de uma nova função identitária”. (LIPOVETSKY, 2007, p. 45).

A identidade social do indivíduo pós-moderno.

Zygmunt Bauman designa de modernidade líquida essa nova fase da modernidade, em que o poder se tornou fluido, a economia se desconectou e tornou-se independente, o trabalho que antes era vigiado nas fábricas e indústrias, hoje é totalmente flexível. Em meio a isso, dentre as opções que o mercado dispõe ao consumo, o indivíduo passa a se tornar cada vez mais apto a escolher livremente. Suas possibilidades são infinitas, e já não existem mais bases sólidas na estrutura social. Nesse contexto, Bauman evidencia que uma grande mudança está em processo na atualidade, que se torna cada vez mais radical a cada deslocamento do tempo e do



espaço de suas dimensões tradicionais, assim como as identidades nesse novo período também se tornam diferentes e fragmentadas.

Vivemos numa sociedade em que a durabilidade não é mais um valor tão importante como era antes no passado. Tudo tende a ser consumido. Num mundo que, ao contrário da modernidade sólida, não se organiza mais em torno do trabalho e sim em volta do consumo, as identidades se tornam também algo a ser consumido, e o consumo passa a ser o meio pelo qual são construídas as identidades.

Bauman opõe a vida organizada em torno do trabalho, e da produção em torno do consumo. A primeira tende a ser regulada; é necessária uma conformidade com determinadas regras e normas para exercer sua função produtiva de maneira correta. Na segunda, por outro lado, os únicos fatores realmente importantes passam a ser a sedução e o desejo. Essa vida orientada pelo consumo faz com que as identidades sejam apenas construídas por meio do consumo. O consumo, movido pelo desejo a ser saciado, volátil, de curto prazo, serve como padrão agora às identidades. É o produto e o produtor, fruto e semente dos mesmos processos que fazem a identidade se torna líquida.

Em vista da volatilidade e instabilidade intrínsecas de todas ou quase todas as identidades, é a capacidade de ‘ir às compras’ no supermercado das identidades, o grau de liberdade genuína ou supostamente genuína de selecionar a própria identidade e de mantê-la enquanto desejado, que se torna o verdadeiro caminho para a realização das fantasias da identidade. Com essa capacidade somos livres para fazer e desfazer identidades à vontade. Ou assim parece. (BAUMAN, 2001, p.98)

Sendo assim, construímos nossas identidades pelo consumo de bens. E nossas próprias identidades passam a ter características similares aos bens de consumo. Passam a serem identidades transitórias, descartáveis e principalmente dispensáveis após o uso e/ou satisfação.

Para ele, a construção da identidade é um processo que não tem fim, em que os objetivos e metas se transformam antes mesmo de serem alcançados. As comunidades tendem a ser sempre flexíveis, assim como o corpo do construtor de identidade também. Esse tipo de comunidade - ao contrário das comunidades da modernidade sólida – dificilmente consegue fundir interesses individuais em interesses de grupo. A comunidade do período líquido da modernidade deve assim estar de acordo com essa nova identidade.



Bauman cita a perfeição do título do livro de Norbert Elias “A sociedade dos indivíduos”, que registra uma sociedade dando forma à individualidade de seus membros, e tais membros formando a sociedade a partir de suas ações na vida. A apresentação dos membros como indivíduos é a essência registrada da sociedade moderna. Essa apresentação, não é algo único e de apenas um ato, muito pelo contrário é uma atividade exercida diariamente. A sociedade moderna existe em uma atividade contínua de individualização, assim como as atividades dos indivíduos consistem na reformulação diária da rede de laços que designa a sociedade. E assim, nenhum dos dois parceiros fica parado por muito tempo o significado de individualização altera, assumindo sempre novas formas.

A individualização agora significa uma coisa muito diferente do que significava há cem anos e do que implicava nos primeiros tempos da era moderna – os tempos da exaltada “emancipação” do homem da trama estreita da dependência, da vigilância e da imposição comunitárias. (BAUMAN, 2001. p. 39).

Com isso observa-se que para Bauman, a individualização é uma fatalidade e não tem uma opção ou escolha, já que ela transforma a identidade humana de um dado a uma tarefa, encarregando aos indivíduos responsabilidade da manutenção da mesma.

Já de acordo com os pensamentos de Lipovetsky o indivíduo pós-moderno é um ser individual, hedonista e narcisista que opera seu comportamento e relações humanas pautado nas ações de sedução e indiferença. Ações estas, ferramentas da cultura de consumo, que descontroem a identidade social do indivíduo e desencadeiam o caráter hedonista e narcisista do mesmo.

No livro *A Era do Vazio*, o autor expõe que a sedução é capaz de diluir as estruturas fixas da sociedade, enfraquecendo atitudes autoritárias, oferecendo mais autonomia nas relações humanas, e conseqüentemente, substituindo a homogeneidade social pela pluralidade, e a austeridade pela satisfação dos desejos. “A sedução: uma lógica que segue seu caminho, que não poupa mais nada e que, assim fazendo, cria uma socialização suave e tolerante, dedicada a personalizar-psicologizar o indivíduo”. (LIPOVETSKY, 2005, p. 05).

E a indiferença refere-se à apatia e deserção social do homem em relação às instituições sociais, a figura de Deus, e as aspirações revolucionárias.

Desconectando o desejo dos arranjos coletivos, fazendo as energias circularem, controlando os entusiasmos e as indignações relativas ao social, o sistema convida ao repouso, ao desengajamento emocional. (LIPOVETSKY, 2005, p. 20).

Segundo ele, o indivíduo pós-moderno perdeu seu caráter crítico sobre o espaço público, desenvolvendo um comprometimento vazio e uma motivação anêmica devido à fluidez dos comportamentos.

O homem indiferente não se apega a nada, não tem certeza absoluta, adapta-se a tudo, suas opiniões são suscetíveis de modificações rápidas: para atingir esse grau de socialização, os burocratas do saber e do poder têm a oferecer verdadeiros tesouros de imaginação e toneladas de informação. (LIPOVETSKY, 2005, p. 26).

Lipovetsky afirma que a comunicação e o atual fluxo de informação são elementos capazes de transportar o indivíduo mantendo-o em uma estimulante distância do real para prolongar o imaginário consumista. Com isso observa-se o quanto os costumes contemporâneos se voltaram à personalização, e o indivíduo pós-moderno tornou-se individualista, no sentido de objetivar seu próprio bem-estar. "A cultura pós-moderna é a cultura do feeling e da emancipação individual estendida a todas as categorias de idade e de sexo". (LIPOVETSKY, 2005, p. 05).

O autor observa que à ascensão da cultura hedonista na pós-modernidade se desenvolveu por meio das novas práticas de consumo da mesma, que passou a difundir a felicidade privada e a busca incessante por bem-estar e conforto. Para ele o indivíduo contemporâneo passou a gritar por cidadania, pelos prazeres individuais, gastos com lazer, férias e tempo pra si.

Quanto ao caráter narcisista da sociedade pós-moderna, o autor afirma ser o este um aspecto da nova fase do individualismo contemporâneo. É ele que reorganiza as relações do indivíduo consigo e com os demais, desapegando o indivíduo de valores sociais, de seu passado e futuro. "Hoje em dia vivemos para nós mesmos, sem nos preocuparmos com as nossas tradições e com a posteridade: o sentido histórico foi abandonado, da mesma maneira que os valores e as instituições sociais". (LIPOVETSKY, 2005, p. 33).

Desse modo o indivíduo passa a viver para si, cultivando o prazer e bem-estar individual, valorizando a privatização social e o enfraquecimento da participação do

outro em suas relações. Essa excessiva investida na figura do eu, por meio de múltiplos estímulos e bombardeio de informações, gera um ser flutuante e impreciso.

A erosão das referências do Eu é a réplica exata da dissolução hoje em dia sofrida pelas identidades e pelos papéis sociais, antigamente estritamente definidos, integrados que estavam nas posições uniformes: desta maneira os status da mulher, do homem, da criança, do louco, do civilizado, etc. entram em um período de indefinição, de incerteza, no qual a interrogação sobre a natureza das “categorias” sociais não pára de se desenvolver. (LIPOVETSKY, 2005, p. 40).

Com isso, o indivíduo perde suas referências e fragmenta sua identidade, tornando-se refém da perda de territorialidade da pós-modernidade.

Considerações Finais

Após a análise do pensamento de Bauman e Lipovetsky, a respeito da pós-modernidade, conclui-se que ambos os autores falam da privatização social, e da individualização do homem nas estruturas sociais, observando que o papel do coletivo e valores vanguardistas perdeu relevância.

Para eles, a cultura de consumo proporcionou transformações na identidade social do indivíduo e nossa sociedade tornou-se aberta, volátil e efêmera. Ambos criaram termos próprios para designar a sociedade contemporânea. Bauman fala de modernidade líquida, por acreditar que a sociedade rompeu com a antiga modernidade, antes sólida e homogênea, vivendo agora numa estrutura social móvel e inconstante, em que as relações humanas são menos tangíveis, e os relacionamentos e afinidades políticas perderam consistência e estabilidade. Já Lipovetsky usa o termo hipermodernidade, por acreditar que os valores modernos não foram substituídos e sim radicalizados, havendo uma exacerbação dos mesmos, a uma velocidade superior, numa sociedade em que tudo parece elevado ao excesso.

Os dois autores falam do papel do consumo na formação individualista do sujeito pós-moderno. Para Lipovetsky a sociedade passou a viver uma cultura hedonista, já Bauman é mais específico, afirmando que o que vivemos é uma corrida pelo consumo. Ambos discutem que a sociedade contemporânea opera pela sedução, mas diferem em alguns aspectos já que Bauman afirma ser também pelo desejo, enquanto Lipovetsky trabalha a ideia da indiferença. Os autores compreendem que o indivíduo



tornou-se individualista e passou a priorizar as aspirações pessoais, porém Lipovetsky especifica esse comportamento, nomeando o homem contemporâneo de narcisista.

Em síntese, o primeiro alerta sobre as mudanças culturais que estão acontecendo em função da cultura de consumo e os efeitos de fragmentação e individualismo que estas produzem na vida cotidiana dos relacionamentos humanos. Enquanto o segundo analisa, de modo mais otimista, essa nova estrutura social em que se caracteriza a regulação "cool" das relações humanas, em que predominam tolerância, hedonismo e personalização dos processos de socialização.

Referências

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio**: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. São Paulo: Manole, 2005.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade Paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

FAIA, Maria Amélia: **A comunicação da experiência de si na contemporaneidade**. Disponível em: < http://www.bocc.uff.br/pag/faia-maria_comunicacao-experiencia-contemporaneidade.pdf > acesso em 30 de agosto de 2011.

