



DA TEORIA SOCIOLOGICA AO COTIDIANO

Na primeira década de 2000, **Zigunt Bauman** já nos exortava sobre uma mudança na sociedade que levaria à fragilidade das relações sociais, profissionais, amorosas. Como anda a nossa vida hoje?

POR **ANA CÁSSIA GABRIEL** E
FÁBIO ANTONIO GABRIEL

© GRANDFAILURE / ISTOCKPHOTO.COM



Modernidade, pós-modernidade... temas controversos que movem discussões filosóficas e sociológicas no decorrer das mudanças do comportamento humano no decurso do tempo. No presente trabalho, focamos o objetivo de dialogar a respeito da forma como o sociólogo contemporâneo Zigmunt Bauman conceitua como *modernidade líquida* o lapso de tempo em que a realidade em âmbito social, cultural e econômico transita atualmente.

Se já houve um tempo de raros eventos modificarem o panorama mundial nos modos de vida, a partir da metade do século 20, o célere desenvolvimento da tecnologia e a globalização diluíram distâncias e aceleraram o tempo para novas descobertas e o aprimoramento para novas mudanças. Nesse sentido, o capitalismo despertou o consumismo em grande parte dos países, e a modernidade sofreu significativas transformações, tanto na forma como a sociedade se organiza, como na forma como os indivíduos agem em sociedade.

Constata-se ainda uma diferença entre o poder do Estado e a organização da sociedade, já que se percebe a ausência de controle político entre os cidadãos no espaço em que o Estado tenta coordenar, mas que, pela incapacidade de decidir ou orientar seus cidadãos, seja pela falta de um planejamento, seja pelo enfraquecimento do poder, poucos resultados positivos o Estado logra alcançar.

Bazar de novidades global

É aqui que entra o mercado. O controle social exercido pelo capitalismo globalizado torna-se agressivo, o discurso proferido foca o desejo que move o sujeito para o consumo de bens que, se em tempo de modernidade sólida se caracterizava pela morosidade, passa a priorizar a celeridade das mudanças; a tecnologia, com atraentes e aprimorados dispositivos, apresenta-se como um convite irresistível para o exacerbado consumo.

O sujeito vive, então, à mercê das novidades do mercado, e o desejo aguça o consumismo de tudo que é renovação. O indivíduo tem, assim, sua identidade cada vez mais devassada, uma vez que os objetivos mudam conforme a vontade e a tentação de apossar-se das novidades que o mercado oferece, numa interminável busca da satisfação dos próprios desejos de consumo.

Para Bauman, a principal característica da modernidade é o derretimento do sólido, ou seja, as estruturas econômicas, políticas e sociais da sociedade tradicional se dissolvem, e a modernidade atinge um grau de liquidez que se especializa em derreter as estruturas recebidas e refazê-las e moldá-las de forma diferente.

Na modernidade sólida as preocupações das pessoas eram de construir novas pretensões para substituir a produção e o que movia os primeiros projetos da modernidade era a insatisfação com a solidez de tal produção, ou seja, novos modernos não acreditaram em tal solidez, e a substituição por outra produção mais desejada se consumou no afã de usufruir uma sociedade perfeita.

Enfim, vemos que a modernidade sólida não se norteava pela precisa busca da dissolução, mas se apegava à criação de novos moldes de sociedade sólida, como no caso do iluminismo, período em que a liberdade, a fraternidade e a igualdade eram os símbolos de um novo modelo de sociedade. No entanto, esse modelo sólido ficou para trás. Na segunda metade do século 20 ocorreu sua dissolução diante da crise da democracia, a incapacidade de o estado lidar com a transformação, entre outros fenômenos, outros processos, como a globalização, como a individualização, transformaram profundamente a modernidade.

Impermanências

Diante dessas transformações tão intensas, encontramos um estado em que tudo se liquidifica, em que as mudanças não apresentam uma forma definida e a transformação é constante; assim, a modernidade líquida, conforme Bauman, desencadeou a impermanência, momento histórico em que as relações e as instituições tornam-se fluidas, não conseguem manter sua forma, como um líquido fora de um recipiente que, em tal condição, somente flui.

E assim é a sociedade na qual nunca temos uma certeza, pois tudo está em constante transformação e nada é feito para durar. Nos deparamos, então, com uma sociedade na qual o capitalismo globalizado marca as transformações, e as relações entre as pessoas se caracterizam pela impermanência; parcerias, vínculos, bens, nada parece durável, as pessoas são niveladas a mercadorias, não se tem nada que seja fixo e, seguindo, ao contrário, tudo se torna volátil; o capitalismo repercutiu em todos os campos, e faz o giro em toda a sociedade.

“Vivemos a modernidade líquida, segundo o pensamento de Bauman, que reflete a instauração de um processo de liquidez, diante

do qual a solidez sucumbe. Silva, Mendes e Alves (2015) afirmam que na modernidade líquida há um trânsito da posição do ser humano de agente passivo para agente ativo. Isso porque, na modernidade sólida, tudo sucedia como determinismo preestabelecido por uma ordem teleológica. Romper com a sociedade sólida produz, então, um movimento de relegar a perenidade dos entendimentos que se mantinham, das metanarrativas que guiavam a humanidade e abriam a possibilidade de novas narrativas” (Gabriel, F. A.; Pereira, A. L.; Gabriel, A. C., 2019, p. 688).

A tecnologia produz céleres mudanças, em larga escala e em relação aos demais ramos de atividade, seja no campo digital, seja no âmbito das plataformas ou das redes sociais, em que avidamente os consumidores buscam produtos. Nessa seara, o capital flui rapidamente, uma vez que se pode mover no mercado do consumo por um simples clique, medida impossível em outras áreas. Bauman afirma que mudanças econômicas são particularmente significativas pelo dinamismo entre a realização de um desejo e conseqüente desapego, e essa dinâmica ajuda a explicar as transformações ocasionadas pela modernidade líquida, geradora de um estado de despreendimento em relação a tudo que existe e que move as pessoas a consumir cada vez de modo mais frenético.

Identities divididas

Ao falar sobre a identidade de cada indivíduo na sociedade líquida, quando se trata da capacidade de ir às compras em um supermercado, por exemplo, evidencia-se um grau de liberdade genuína do indivíduo, de selecionar a própria identidade e mantê-la enquanto realiza as fantasias no mundo do consumismo. Com essa capacidade, cada ser se sente livre para fazer e desfazer a própria identidade. Sendo assim, a individualidade passa a prevalecer no contexto da modernidade líquida, em que as pessoas se veem constantemente envoltas

diante da fluidez da própria identidade. Neste contexto, a identidade pessoal se confunde com a identidade virtual, e as pessoas ficam presas em sua identidade, que é exposta, por vezes, de maneira excessiva nas redes sociais. Assim, as pessoas se perdem no caminho do autoconhecimento porque se veem divididas entre sua identidade e a identidade virtual produzida pelas redes sociais.

No capitalismo, as pessoas obrigam-se a participar do mercado para sobreviver, necessitam, de alguma maneira, fazer parte do sistema de produção. Bauman afirma que a característica da mercadoria na modernidade sólida estava restrita à esfera profissional e do trabalho; já na modernidade líquida, o tempo livre e a personalidade tomam esse lugar porque cada indivíduo produz sua identidade como uma mercadoria, com a finalidade da venda no mercado pelo melhor valor possível. Isso significa que cada indivíduo, ao invés de assumir seu carisma, seus preceitos, move-se pelo consumo e para o consumo.

Ao consumirem outras mercadorias, as pessoas criam sua identidade, sejam elas coisas físicas, viagens que fazem e estruturam seu eu, o que a pessoa veste e também o que fala é uma forma de valorizar a própria identidade e colocar o valor no que é por meio do consumo de mais bens. Bauman afirma que “a sociedade de consumo tem como base, para suas alegações, a promessa da satisfação dos desejos em um grau que nenhuma sociedade do passado pôde alcançar” (2008, p. 62), ou seja, para que o indivíduo sempre se sinta satisfeito, a sua liberdade e a sua identidade devem estar diretamente ligadas a ele próprio e a seus hábitos de compra:

“O consumo é uma condição e um aspecto permanente e irremovível, sem limites temporários ou históricos; um elemento inseparável da sobrevivência biológica que nós humanos compartilhamos com todos os outros organis-

mos” (Bauman, *Vida para Consumo*, 2008, p. 37). Desse modo, o consumo faz parte de toda sociedade, sem conseguir separar do instinto de cada ser humano, e é necessário que nos adaptemos para essa condição, pois ela está na centralidade e na estrutura da vida social de cada um.

Sociedade insaciável

Se no capitalismo o sistema econômico visava ao lucro e à acumulação de riquezas, no capitalismo pós-moderno o sujeito se massifica e tem sua existência reduzida ao âmbito do mercado, como elemento de troca no mundo do consumo. Trabalho, liberdade, tempo, relacionamentos, segundo Bauman, submetem-se à fluidez da modernidade líquida. A vontade e o desejo dos indivíduos devem prover a satisfação momentânea do desejo satisfeito; no entanto, malsatisfeito um desejo, outro bem maior se afigura mais cobiçado que o bem possuído e, diante de tais evidências, perde encantamento o bem possuído nas mãos do possuidor, que passa a cobiçar o outro bem e o desejo de consumo se repete. A questão é que, como ofertas sedutoras surgem e se transformam rapidamente, a sociedade busca no consumo insaciável satisfação de seus anseios, com o intuito de aplacar o desejo pelo novo objeto.

Bauman prossegue: “na sociedade de consumidores, ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria” (2008, p. 20); o que era entendido como mercadoria antes era apenas o material que era vendido para o enriquecimento. Atualmente encontramos uma sociedade onde tudo se transforma em mercadoria, em que os indivíduos se inspiram diante de *likes*, ou, ainda, espelham-se em alguém famoso, em busca de ser ele o seu projeto de vida, ou apenas para aparecer em uma das primeiras páginas de alguma das revistas, plataformas digitais ou páginas sociais. Aliás, há pessoas que buscam adquirir algo porque

alguém famoso usou, seja isso uma roupa, sapato, acessórios. A ideia é se sentir completo e satisfeito diante de tal compra.

Vitrine de si mesmo

Muitos indivíduos acabam se tornando reféns dos seus próprios anseios desenfreados, tanto almejam para ter algo que não conseguem e, ainda, acabam por viver sem ter responsabilidade por seus atos, ignoram parâmetros que a ética estipula para o ~~bem viver~~ em sociedade, ou seja, as pessoas se preocupam com sua “identidade” na mídia, com seu patamar diante das redes sociais, e não com sua identidade, como pessoa humana, com ética, responsabilidade.

Em uma sociedade líquida, os indivíduos e as relações entre eles e as instituições não apresentam uma forma duradoura, rígida, como nos tempos da modernidade sólida, tudo está em constante movimento. Segundo Bauman, a velocidade das mudanças, e esse caráter efêmero das relações da sociedade, é justamente a característica da modernidade líquida, de transformação da vida moderna. E, com essa transformação, onde tudo se torna e se desfaz muito celeremente, acontecem as frustrações em que os indivíduos se encontram diante de uma falha ou uma perda na roda das transformações.

Gabriel (2019) trabalha em sua obra *Minutos de Reflexão* a importância de Bauman na sociedade contemporânea para pensar as atuais relações humanas, pautadas prioritariamente por uma dimensão de consumismo em que as redes sociais se tornam uma espécie de vitrine de si mesmo, em que se percebe que as pessoas perderam o respeito pela própria privacidade.

Bauman esclarece que a prosperidade da sociedade de consumo permanecerá enquanto houver insatisfação de seus membros (p. 64), ou seja, enquanto houver infelicidade entre os

consumidores por não adquirirem e se sentirem insatisfeitos. Por outro lado, é preciso enfatizar que Bauman critica o consumo como centro da vida social, ou seja, o consumismo não se traduz como uma característica individual, e, sim, um arranjo que transforma o desejo, no intuito de organizar o papel das pessoas na sociedade e na relação entre tais pessoas, como veem a si mesmas e como projetam a sua imagem aos demais.

Irrracionalidade

Assim, ao tratar da sociedade do consumo, estamos diante de diversas mudanças e transformações que ocorrem, sendo um excesso de busca de algo que não se sabe o que é, nem para que serve, trazendo ~~uma~~ irracionalidade para os consumidores, que não têm uma estimativa de algo sólido, e, sim, do imaginário dentro de suas emoções e desejos.

É necessário estar atento ao desperdício que o consumo traz, tanto na esfera econômica como no âmbito da razão, uma vez que os consumidores se deixam levar pela irracionalidade quando buscam adquirir o bem desejado, para satisfação dos seus desejos; conseqüentemente, consome-se o desperdício econômico, tendo em vista as grandes compras, seguidas do desperdício, apenas para garantir a satisfação das emoções.

Na modernidade líquida, em decorrência do consumo desmesurado, ocorre a inversão de valores quanto ao próximo, uma vez que não se pensa mais com empatia, respeito, de como a outra pessoa reagirá diante de determinada situação. Esses preceitos fundamentais da vida civilizada acabaram sendo substituídos pelo individualismo, em que a razão do interesse próprio e a busca da felicidade individual são o que importam nesse modelo.

Para Bauman, mesmo as relações afetivas parecem ter um caráter de consumo na sociedade individualizada e elas são descartadas

quando não mais satisfazem os desejos pessoais, sendo substituídas. Isso vale para ligações amorosas e amigadas. Tudo parece estar nivelado às conexões digitais: é rápido e fácil “deletar” determinadas relações, bastando um clique.

Os vínculos formados por esses indivíduos são fracos e voláteis.

Fazer amigos em rede sociais ou encontrar um novo relacionamento na rede social é fácil, pois conseguimos, em minutos, entabular conversas, conhecer novos “amores”, algo totalmente diferente da modernidade sólida, fundada na comunidade, em objetivos sólidos. Afinal, não se concebia, mesmo remotamente, a ideia de redes tecnológicas que a modernidade atual oferece.

O tempo pautado pelas mudanças constrói diferenças, pois, quando se está conectado a algo rápido e fácil, ao se desconectar, tudo se anula, por isso, ao falar de amizades, amores, novas relações no campo das redes, tudo se reduz a uma mercadoria que se faz e desfaz instantaneamente.

Reinvenção de valores

Na modernidade sólida, as relações se caracterizavam por um padrão, tanto cultural, social, quanto economicamente. Era um tempo em que se cultivava o contato direto com o outro, pensava-se no outro como pessoa. Bauman destaca que a perda de valores, que antes eram ditos como corretos, por exemplo, o vínculo de amizade com outra pessoa não virtual, não se traduz em uma falta ou uma necessidade de se recuperarem tais aspectos, mas, sim, em uma necessidade de reinventar e redefinir os valores na atualidade. Nada é permanente. Tudo está em constante mudança, e é necessária a reinvenção.

Com os grandes avanços tecnológicos, a cada dia uma nova plataforma é lançada,

ou um novo aparelho é colocado no mercado consumidor. As pessoas se sentem impelidas a consumir sem cessar e desejam, cada vez mais, integrar a grande rede social virtual, inclusive por meio de aplicativos de relacionamento.

O diagnóstico de Bauman

O sociólogo não apela a uma perspectiva religiosa para criticar a pós-modernidade, porém faz um diagnóstico da sociedade em que vivemos e nos ajuda a compreender como podemos nos posicionar diante dessa nova perspectiva de vida. Vivemos tempos líquidos em que os próprios relacionamentos tendem a ser rápidos, e a própria pessoa humana passa a ser considerada uma mercadoria.

Até a educação, neste contexto, também é vista como um grande mercado em que os professores seriam os fornecedores “culturais” e os estudantes seus “clientes”. O neoliberalismo acabou nos reduzindo a mercadorias em um mundo onde tudo pode ser comprado e vendido. O capitalismo foi o grande instrumento para que a era do consumo se formasse, oferecendo aos consumidores uma fácil e vertiginosa rapidez e, ao mesmo tempo, um valor aparente ligado ao desejo e às emoções. E tudo se tornou líquido, frágil, fugaz. **hmt**

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Z. *44 cartas do mundo líquido moderno*. Tradução Vera Pereira. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

BAUMAN, Z. *Modernidade líquida*. Tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN, Z. *Tempos líquidos*. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

BAUMAN, Z. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BAUMAN, Z. *Vidas desperdiçadas*. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

Gabriel, Fábio. *Minutos de Reflexão*. São Paulo: La Fonte, 2019.

GABRIEL, F. A.; PEREIRA, A. L.; GABRIEL, A. C. Modernidade líquida e consumismo no pensamento de Zygmunt Bauman. *Revista Intersaberes*, v. 14, n. 33, p. 698, 13 dez. 2019.

ANA CÁSSIA GABRIEL é bacharela em Direito pela UNIFIO, licenciada em Ciências Sociais pela UNIMES, professora de Sociologia da Rede Estadual do Paraná. Site: gabrielcursosdeextensao.blogspot.com

FÁBIO ANTONIO GABRIEL é pós-doutor em Educação pela UEPG, licenciado em Filosofia, professor da Rede Estadual do Paraná, autor de *Minutos de Reflexão* (Editora Escala). Site: www.fabioantoniogabriel.com