

A SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA: A VISÃO DE ZYGMUNT BAUMAN

André Luiz Barbosa da Silva

Bacharel em administração de empresas pela Faculdade de Administração e Informática de Santa Rita do Sapucaí. É também mestrando em Estratégia e Inovação com ênfase em Marcas Sensoriais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Pesquisador junto aos GESC³ - Grupos de Estudos em Semiótica, Comunicação, Cultura e Consumo.

Resumo

As relações entre consumo e a sociedade existem há muito tempo; e na pós-modernidade, com o desenvolvimento da cultura do consumo esta relação assume um novo contexto estruturado na fluidez, no líquido, como propõe Bauman (2008). Desta maneira, em sua obra “Vida para Consumo” o sociólogo Zygmunt Bauman descreve de forma direta e consistente passagem da sociedade dos produtores para sociedade de consumo e os impactos da pós-modernidade no consumo.

Palavras-chave: Consumo; Pós-Modernidade; Sociedade de Consumo

Abstract

The relationship between consumer and company around for a long time, and post modernism, with the development of consumer culture this relationship takes on a new structured context of fluidity in the liquid, as proposed by Bauman (2008). Thus, in his “Life for Consumption” the sociologist Zygmunt Bauman describes a direct and consistent transition of society from producers to consumer society and the impacts of consumption in post modernity.

Keywords: Consumption; Post Modernity; Consumer Society

As mudanças experimentadas pela sociedade contemporânea modificaram a forma de interpretar o mundo e, conseqüentemente, o consumo. A pós-modernidade descarta-se de todos os tipos tradicionais de ordem social, de uma maneira que não tem precedente. O contemporâneo passa a ser marcado pelo fim dos padrões, da estabilidade, da segurança e das certezas. Surge o tempo da indefinição, do medo e da insegurança.

Para realizar estudos e análise da sociedade contemporânea é imprescindível compreender a linha de pensamento do sociólogo polonês Zygmunt Bauman. Autor de uma produção intelectual prodigiosa e reconhecido como o pensador dos tempos líquidos evidencia o problema gerados pela sociedade moderna. Na sua obra *“Vida para Consumo”* o autor esclarece os efeitos da evolução da sociedade de produtores estruturada na segurança estabilidade para a sociedade consumista, instável e líquida.

Desta maneira, o autor esclarece como a sociedade de produtores foi basicamente direcionada para segurança e apostava nos desejos humanos em um ambiente confiável, ordenado, regular e transparente e como prova disso resistente ao tempo e ao apego às coisas seguras. Os desejos eram orientados para aquisição de posse e bens com grande visibilidade na sociedade.

Esse desejo era de fato uma matéria-prima bastante conveniente para que fossem construídos os tipos de estratégias de vida e padrões comportamentais indispensáveis para atender a era do “tamanho é poder” e do grande é lindo: uma era de fábricas e exércitos de massa, de regras obrigatórias e conformidade às mesmas, assim como de estratégias burocráticas e panópticas de dominação que, em seu esforço para evocar disciplina e subordinação, basearam-se na padronização e rotinização do comportamento individual” (BAUMAN, 2008a, p.42).

Consumir mercadorias pesadas e duráveis como imóveis e jóias, remetia ao status de posse, poder, conforto e principalmente respeito pessoal. Porém, a aquisição destes objetos transmitia a sensação de segurança contra as incertezas do destino. A segurança era a maior posse da sociedade dos produtores e o prazer de desfrutar era postergado, ou seja, nada era imediato.

Esse comportamento fazia sentido na sociedade dos produtores, que acreditava na prudência e na segurança, sobretudo na durabilidade em longo prazo. Mas a transição dessa concepção da “*sociedade dos produtores*” para nova a configuração da sociedade, existe uma mudança extremamente significativa no comportamento e nos desejos do indivíduo. Bauman destaca que este ambiente existencial tornou-se conhecido como “*sociedade de consumidores*” e distingue-se por uma reconstrução das relações humanas a partir do padrão, e a semelhança, das relações entre consumidores e os objetos de consumo.

A passagem da sociedade de produtores para a de consumidores, em geral, pode

**A SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA: A VISÃO DE
ZYGMENT BAUMAN**

ser apresentada de forma gradual, com a emancipação dos indivíduos das condições originais de não escolher, posteriormente para uma escolha limitada e finalmente para uma sociedade livre de responsabilidades, ou seja, indivíduo possui sua liberdade de escolher e decidir como e da maneira que atender suas necessidades naquele momento, ou seja, inicia a sociedade “*a la carte*”.

O novo indivíduo consumista assume características líquidas e extrai a postergação do prazer de consumir e desloca-o para o imediato. Os bens duráveis perdem o brilho e a atração nessa sociedade é a rapidez. Neste sentido o aspecto linear e cíclico chega ao fim nessa nova configuração da sociedade. Para o autor a principal característica dessa sociedade pós-moderna, não passa de uma sucessão de presentes, uma coleção de instantes experimentados com intensidades variadas. Inicia uma nova formatação no contexto pós-moderno, onde a vida social predomina o desapego e a busca constante pela felicidade.

O ponto durável das mercadorias é descartado por essa nova sociedade e não existe mais lealdade aos objetos que obtêm com a intenção de consumir. Os consumidores segundo Bauman são bombardeados de todos os lados por sugestões de que precisa se equipar com um ou outro produto fornecido pelas lojas se quiser ter a capacidade de alcançar e manter a posição social que desejam desempenhar suas obrigações sociais e proteger a auto-estima.

O ponto social colocado pelo autor refere-se como as pessoas são forçadas a uma situação na qual tem de gastar o pouco de dinheiro ou os poucos recursos que dispõe com objetos de consumo sem sentido, e não com suas necessidades básicas, para evitar tal humilhação social e evitar a perspectiva de ser provocado e ridicularizado. A economia consumista possui como regra primária desenvolver e materializar os produtos e posteriormente encontrar alguma aplicação.

Assim, o consumo é dividido em duas partes: de um lado o mercado desenvolvendo mercadorias muitas vezes sem finalidade, do outro o consumidor que deve permanecer em constante insatisfação. Essa insatisfação é toda hora renovada e reforçada, pois a cada produto disposto para ser consumido, deve satisfazer o consumidor temporariamente. A principal função dos produtos no contexto contemporâneo é manter o indivíduo na busca incessante da satisfação.

Nessa linha de pensamento o autor afirma que além do mercado cultivar o excesso de mercadorias e o anseio de cultivar os desejos, a mesma configura-se como economia do engano, que aposta na irracionalidade dos consumidores e não em suas estimativas sóbrias e bem informadas. Criar o excesso de mercadorias projeta o aumento das incertezas das escolhas para os indivíduos. Ao estar disposto a uma gama de escolha, o consumidor acaba entrando em infinitos ciclos de tentativa e erro. Assim, as organizações atentas a essas bus-

A SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA: A VISÃO DE
ZYGMENT BAUMAN

ca constante pela completude, criam maneiras para estimular as emoções. Diante do consumo excessivo, a necessidade de mobilidade e visibilidade é cada vez maior, deflagrando uma constante reformulação das identidades como formas de assegurar os princípios de inclusão/exclusão elaborados pelo mercado. Para Bauman, não existe um não-consumidor, mas sim um consumidor falho. Essa instabilidade dos desejos e a insaciabilidade das necessidades harmonizaram-se bem com a nova liquidez do ambiente em que as atividades existenciais foram inscritas no futuro previsível, como na sociedade dos produtores.

O ambiente líquido-moderno é inóspito ao planejamento de longo prazo. O tempo passou a ser pontilhisto, marcado pela fatura de rupturas e descontinuidades, intervalos que separam e rompem vínculos entre pontos sucessivos, e também marcados pelo conteúdo desses pontos. O aspecto linear e cíclico chega ao fim nessa nova configuração da sociedade. A principal característica no contexto da pós-modernidade, não passa de uma sucessão de presentes.

Mas outro aspecto fundamental que Bauman (2008a) esclarece sobre a sociedade de consumo, em sua obra, é que os membros dessa sociedade são eles próprios mercadorias de consumo, e são a qualidade de ser uma mercadoria de consumo que os torna membros autêntica dessa sociedade. Nesse conceito o autor reforça que o próprio indivíduo torna-se uma mercadoria, um produto e que precisa ser vendável e como toda mercadoria, precisa ter qualidade e apresentar funcionalidade no curto espaço de tempo.

Ser membro dessa sociedade dos consumidores é assustador e exige um esforço interminável. O fato essencial nessa sociedade não é o fato de realizar a compra ou ser a própria mercadoria, mas o refere-se ao ponto de estar em movimento, mudança constante na busca do novo. Para Bauman (2008a), a formatação pós-moderna da vida social suscita uma condição humana na qual predominam o desapego, a versatilidade em meio à incerteza e a vanguarda constante de um “*eterno recomeço*”. Ou seja, não deve existir em hipótese alguma nenhum indivíduo satisfeito, tanto no meio de inserção quanto no aspecto individual.

Assim, Bauman (2008a) faz um diagnóstico instigante deste modelo apressado e artificial que se apresenta na forma de sociedade de consumidores. A vida de consumo não pode ser outra coisa senão uma vida de aprendizado rápido, mas também precisa ser uma vida de esquecimento veloz. Muitas vezes esse contexto implica em sensação de inadequação, de deslocamento, de inconformidade com seu espaço e tempo.

É a origem da crise de identidade do “ser” que, de tão múltiplo, perdeu-se em si mesmo e luta para buscar-se. Tamanha incerteza, contradição e multiplicidade do indivíduo muitas vezes levam alguns a estados tão severos de questionamento, sensação de inadequação e perda em si mesmo, que se tornam depressivos, criam medos e insegurança. Como proposto também por Canevacci (2005), antropólogo italiano cunhou o conceito

A SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA: A VISÃO DE
ZYGMENT BAUMAN

de multívíduo para definir o homem contemporâneo, que não é mais “índi” de indivisível, mas “multi”, complexo, fugidio, fugaz. Não há mais uma única identidade, mas identidades no plural. Identidade móvel e flutuante, em trânsito, passageira. Personalidades múltiplas, limiares, boas e más, contraditórias, mas tão familiares.

Estes conflitos de múltiplas personalidades não seguem uma ordem cronológica, não faz sentido facilmente e surgem de maneira aleatória. As incertezas não são as causas do medo, mas sim o ambiente dos perigos e das ameaças que casam medo, pois no desconhecido tudo pode acontecer. O surgimento desse medo apresenta de forma confusa, difusa e atinge todas as faixas sociais. O contemporâneo passa a ser marcado pelo fim dos padrões, da estabilidade, da segurança e das certezas. Surge o tempo da indefinição, do medo e da insegurança.

Todo esse clima é gerado pela configuração que a sociedade pós-moderna assumiu, ou seja, a esfera do desconhecido, a busca constante pelo novo, do incompreensível, do incontrolável. O pior dos medos é a incapacidade de evitar a condição de estar com medo ou simplesmente não conseguir escapar dela. Nas palavras de Bauman (2008b), em sua obra “*O Medo Líquido*”, o medo se torna capaz de se impulsionar e se intensificar por si mesmo.

Assim, o principal aspecto a ser ressaltada na obra “*Vida para Consumo*” é que o homem contemporâneo não vive imerso em certezas, padrões e modelos, mas sim no seu extremo oposto. A busca do indivíduo é por si em si mesmo, com suas ambigüidades e em sua história de vida. A sua completude, ainda que momentânea, o impulsiona para o “consumo” fanático das religiões, do trabalho excessivo dos *workaholics*, das superficiais relações interpessoais e, de fato, do consumismo exacerbado.

O resultado final esperado é o encontro com sua felicidade para atingir sua máxima plenitude. O autor recorre à promessa de felicidade enraizada no discurso líquido moderno e analisa se esse sentimento é, de fato, vivenciado pelos sujeitos consumidores no próprio processo que é tomado como valor nesse tipo de sociedade. Para ele, o que vigora como valor é justamente o motivo por meio do qual tal promessa não se confirma, já que o fascínio perdura apenas na ansiedade pela satisfação e, portanto, para cada vontade adquirida, implica a criação de uma nova.

Por isso, a idéia de felicidade só pode ser entendida por Bauman (2008a) como um lugar ilusório em que o vasto empreendimento de novas promessas esmaece o excesso de decepções, fazendo com que a crença nessa busca não seja perdida e permaneça reatualizando a cultura consumista. Lipovetsky (2007) completa que a questão sobre a felicidade transformou-se em imperativo de euforia, criando vergonha ou mal-estar naqueles que dela se sentem excluídos.

A SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA: A VISÃO DE
ZYGMENT BAUMAN

Assim, o consumo se configura como uma atividade solitária, sem “vínculos duradouros”, em busca da felicidade pontual. O direito de feliz transformou-se em algo imperativo de euforia, criando vergonha ou mal-estar naqueles que dela se sentem excluídos.

À hora que reina a “felicidade despótica”, os indivíduos não são mais apenas infelizes, sentem a culpabilidade de não se sentir bem. O nível de cobrança para buscar a felicidade apresenta de maneira sofrida e praticamente uma obrigação, mesmo que essa sensação seja por instantes, ou como afirma Bauman (2008a), a sociedade pontilhista, o essencial é a intensidade daquele único momento.

A obsessão da sociedade dos consumidores é amenizar esses medos, diminuir o pavor das incertezas e mais profunda a felicidade é o núcleo central dessa jornada com a manipulação de identidades, mas com pouco sacrifício e o mínimo de esforço diário. Para isso apenas uma ligeira mudança no ego permite que o indivíduo assuma uma nova personalidade, um novo conceito ou simplesmente transforma-se em um novo produto para ser inserido no mercado. A transformação da identidade permite descartar as que já foram construídas anteriormente e experimentar novas sensações e oportunidades infinitas até certo momento. Essa constante mudança também passa por teste de reconhecimento imposto pela sociedade dos consumidores. Isso acaba por interferir na liberdade de escolha do indivíduo, e acabam tornando-se ilegítimas.

Portanto, nessa nova configuração da sociedade pós-moderna, gerou um público exigente, crítico, muito mais informadas, com anseios fluídos e transitários, muito mais informado. Dessa maneira, sua obra “*Vida para Consumo*”, Bauman (2008a) é um importante pensador e permite o desmascaramento de um modo de organização social, a forma como “nós” sujeitos fazemos usos não só dos produtos, mas também do que se arquiteta como sentido no mundo do consumo permite aprofundar outros modos de organização, indicando que as disputas por significação é parte constituinte do arenoso terreno da cultura.

O autor apresenta de maneira clara e objetiva conceitos da pós-modernidade e os impactos na sociedade. Seus pensamentos esclarecem de maneira lógica e fundamentada como compreender várias dúvidas sobre o posicionamento e comportamento dos consumidores na sociedade de consumista. Mas o autor consegue ir além e evidência como o mercado é uma instância central e as relações de inclusão e exclusão são determinadas pelas suas regras.

Referências bibliográficas

BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008a.

_____. *O medo líquido*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008b.

CANEVACCI, Massimo. *Cultura Extremas: mutações juvenis nos corpos das metrópoles*. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

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