

Resenha do livro: Vida para consumo

Georgia de Mattos

Universidade de Sorocaba . Sorocaba. SP. Brasil.
Contato com a autora: georgia.jor@gmail.com



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

Como grande pensador crítico, o sociólogo Bauman traz em seu livro - Vida para Consumo - uma análise sobre a contemporaneidade a partir da concepção de uma sociedade de consumidores, que ocorre nas relações entre os consumidores e os objetos de consumo, tendo como ideia central de que esta sociedade acaba transformando as pessoas em mercadorias.

O livro é composto por uma introdução e mais quatro capítulos, totalizando 198 páginas com notas e índice remissivo. Na introdução, o autor faz um apanhado geral da obra e revela “o segredo mais bem guardado da sociedade de consumidores”, indicada no título; qual seja, à transição da sociedade de produtores, baseada na segurança e na estabilidade; para uma sociedade de consumidores, que atende aos desejos e ao imediatismo. Tema mais aprofundado no primeiro capítulo. Para exemplificar essa nova sociedade, três casos da atualidade são apresentados. O primeiro trata do sucesso que sites de redes sociais fazem, principalmente, entre os mais jovens; o segundo, de um software de uma empresa que classifica os clientes em potencial para redirecioná-los a primeira fila no atendimento; e o terceiro, de um novo sistema de imigração que seleciona somente pessoas com habilidades



Georgia de Mattos

que atendem aos interesses do Reino Unido. Três situações aparentemente distintas, porém com um aspecto em comum: todas elas são “estimuladas e forçadas a promover uma mercadoria atraente e desejável”; neste caso, elas próprias são a mercadoria. Sejam os jovens que expõem suas qualidades e opiniões para atrair atenção e seguidores, os clientes com necessidade de ampliar seus limites de crédito para receber um serviço melhor, ou os imigrantes, esforçando-se para comprovar suas qualificações para ingressar num outro país.

Para Bauman, o consumidor, antes de ser sujeito, é primeiramente uma mercadoria. Se antes, na sociedade de produtores, o produto do trabalho era transformado em mercadoria, na sociedade de consumidores, são as próprias pessoas transformadas em mercadoria. Compra-se e vende-se “símbolos” na construção da identidade.

O autor retoma a questão da sociedade de produtores e sociedade de consumidores no primeiro capítulo, intitulado “Consumismo *versus* consumo”, e conceitua os termos *consumo* para o primeiro caso e *consumismo* para o segundo. O consumismo aparece quando o consumo se torna o elemento principal, assim como era considerado o trabalho na sociedade de produtores. No entanto, este consumismo não ocorre de forma natural ou de maneira imprevista, mas é determinado por instituições que o desenvolveram para chegar neste ponto que existe hoje. O consumismo é um atributo da sociedade, diferentemente do consumo, que é apenas uma tarefa cotidiana exercida pelas pessoas.

Na sociedade de produtores, a apropriação e a posse de bens duráveis era o desejado. Essa fase “sólida” da modernidade, como classifica o autor, embasava-se na segurança. Somente os bens duráveis e resistentes ao tempo garantiam segurança para o futuro. Já a sociedade de consumidores não inclui desejos como a segurança ou a estabilidade. Neste período “líquido” moderno, não é a satisfação das necessidades que interessa, mas o volume e a intensidade de desejos sempre crescentes e imediatos. A cada momento existem novos desejos que precisam ser satisfeitos com novas mercadorias. A vida passa a ser “agorista” e apressada, pois a oportunidade se mostra sempre única, não havendo segunda chance.

Esse novo comportamento possui algumas singularidades apontadas por Bauman. A primeira delas é a renegociação do significado do tempo. Na sociedade líquida-moderna, o tempo não acontece de modo cíclico e nem de modo linear, mas de forma “pontilhista”, termo que o autor empresta de Michel Maffesoli, ou o termo “tempo pontuado” de Nicole Aubert. O tempo pontilhista é fragmentado ou pulverizado, sucedendo uma multiplicidade de “instantes



Resenha do livro: Vida para o consumo

eternos”, de rupturas. Como se os momentos fossem sempre interrompidos por novos instantes, sendo experimentados com intensidades variadas em situações descontínuas. Na sociedade de consumidores a regra é abandonar, deixar para trás e buscar o novo. Isso vale também para os relacionamentos. “Para atender a todas essas novas necessidades, impulsos, compulsões e vícios, [...] a economia consumista tem de se basear no excesso e no desperdício” (p. 53).

Outro fator decorrente da sociedade de consumidores é o excesso de informação. Todas as mensagens, textos e a variedade de informações que surgem nos veículos de comunicação ou na internet não são possíveis de serem totalmente lidos ou absorvidos. Outro ponto importante que Bauman critica é a promessa de felicidade que esta sociedade cria. O ideário consumista passa a ideia de quanto maior a aquisição, maior a propensão para a felicidade. Criticando essa ideia, Bauman cita Richard Layard, para o qual não existe correlação entre riqueza e felicidade, pois o consumo não garante a felicidade. A plethora do consumo gera insatisfação e infelicidade, aliada ao estresse, a depressão, jornadas de trabalho prolongadas, e relacionamentos cada vez mais efêmeros, que promovem insegurança e medo. “a promessa de satisfação só permanece sedutora enquanto o desejo continua insatisfeito” (p.63). Se assim não fosse, não haveria a necessidade de consumir tanto o tempo todo.

No segundo capítulo, “Sociedade de Consumidores”, Bauman apresenta o modo como esta sociedade se comporta, afirmando que ela contém certas condições existenciais e que seus membros obedecem a esses preceitos sem pensar no que realmente querem para si e quais os meios corretos de alcançar seus objetivos. Esta sociedade promove e reforça a escolha de um determinado estilo de vida numa estratégia consumista e rejeita qualquer outra opção, seguir este estilo é a “única escolha aprovada”, pois a sociedade de consumidores recompensa e penaliza seus membros caso segundo a prontidão e adequação deles em responder a essa conduta.

Ser um consumidor é praticamente uma obrigação e um dever humano, aqueles que não se adequam se sentirão “deficientes”, abaixo do padrão. O pobre precisa se esforçar para se encaixar nessa conduta e evitar a humilhação social, pois o fracasso e o desempenho é de responsabilidade individual. Portanto, é preciso “fazer de si mesmo uma mercadoria vendável”. Os “consumidores falhos”, aqueles que não têm recursos para responder aos



Georgia de Mattos

apelos dos mercados de bens de consumo, os que estão na “subclasse”, são pessoas que falharam, por isso, são consideradas “desnecessárias” para a sociedade de consumidores.

O medo da inadequação mobiliza os membros da sociedade e os mercados de consumo tiram vantagens deste medo, fornecendo “as ferramentas, os instrumentos exigidos pelo trabalho individual de ‘autofabricação’” (p.79). Por que, então, não existe revolta ou resistência a essa conduta? Porque a sociedade líquido-moderna apresenta o compromisso de buscar a felicidade e o prazer como sendo um exercício de liberdade de escolha. Bauman relembra a frase de Rousseau, que mesmo sendo empregada em outro contexto, serve bem para a atual situação: “as pessoas devem ser forçadas a ser livres”.

Mas Bauman vai além e, surpreendentemente, mostra que a política, mesmo sendo domínio do Estado acaba se submetendo às regras do mercado. Embora os órgãos públicos continuem com o poder de articular e executar as sentenças de exclusão e inclusão, eles não possuem mais a liberdade de escolher os critérios da “política de exclusão”, que são determinados pela soberania do mercado. E “um país que entrega aos mercados de consumo o direito de dar a primeira e a última palavra precisa de residentes que já sejam mercadorias” (p.89).

Em “Cultura consumista”, terceiro capítulo, o autor defende que esta é responsável por padronizar uma conduta baseada nas imposições do mercado, seja através da moda, da informação ou de qualquer outro meio de consumo para alcançar uma auto-identificação que seja aceitável pela nova sociedade. A cultura consumista possibilita a mudança de identidade, sendo possível descartar o passado e buscar novos começos para estar sempre atualizado. Essa facilidade de renascer, para Bauman, é um “dever disfarçado de privilégio”. Retomando a questão do tempo pontilhado, os seres humanos transformados em consumidores conseguem adquirir uma série de vidas, com novas famílias, novos empregos, novas identidades, sem conexão com o passado ou com o futuro. A cultura “presentista” se ausenta dos vínculos afetivos, os conceitos de responsabilidade e deveres éticos pelo outro não valem mais, foram transferidos para a auto-realização, responsabilidade somente em relação a si próprio. Isto é o que o autor classifica de “privatização e terceirização da responsabilidade”. A responsabilidade, que antes era de cunho social, passou a ser determinada pelo indivíduo.

No último capítulo, as “Baixas colaterais de consumismo”, o autor aponta para as consequências desta sociedade de consumidores, que causam sérios danos em nome dos



Resenha do livro: Vida para o consumo

interesses econômicos. O principal deles é a transformação da vida humana em mercadoria. Na tentativa de ganhar mais dinheiro para aumentar o consumo, as pessoas não tem tempo para compartilhar interações mútuas e relações face a face. Outro dano é a indiferença moral, causada pela rejeição que os pobres ou os membros da subclasse passam por não atenderem às exigências do mercado, sendo considerados inúteis e indesejados. Isso porque, na sociedade de consumo, apenas o indivíduo é o único responsável por si. A grande questão é se eles têm condições de serem responsáveis por si mesmos e se possuem competência para administrar suas vidas. Para Bauman, “a liberdade de escolha é garantida na teoria, mas inatingível na prática”, pois a sociedade contemporânea admite seus membros como consumidores antes de serem considerados cidadãos.

Bauman oferece um caminho fértil para o entendimento da atual sociedade e do comportamento dos seus habitantes, que são impelidos a seguir um modelo de consumismo que gera consequências danosas às suas vidas. A obra deste autor é de grande importância para nós, que estamos incumbidos da tarefa de cumprir com as obrigações impostas pelo mercado, seguindo um estilo de vida individualista, que gera insegurança, estresse, ansiedade, e que, paradoxalmente, são encarados como “natural” e, por que não, rentáveis para o estilo de vida líquido moderna?

Sobre o autor:

Zygmunt Bauman é sociólogo e professor aposentado da Universidade de Leeds, Inglaterra, onde também atuava como chefe de departamento de Sociologia. Formou-se na Universidade de Varsóvia, Polônia, quando foi expurgado em 1968 num movimento antissemita, permanecendo em Israel até 1970 como professor na Universidade de Tel Aviv. O autor tem mais de trinta livros publicados no Brasil, sendo considerado como um grande pensador da modernidade. Ganhou os prêmios: Amalfi – prêmio europeu de Sociologia e de Ciências Sociais por sua obra *Modernidade e Holocausto* em 1989 e o prêmio Adorno – prêmio alemão, concedido pela cidade de Frankfurt pelo conjunto de sua obra em 1998.