

## **Será a pos-modernidade um após da modernidade?**

Uma advertência inicial se faz necessária e importante: esse texto não foi preparado para ser publicado, mas simplesmente como roteiro de uma exposição, onde comentários e esclarecimentos foram feitos. A única parte mais sistemática é a primeira, onde se trata de situar historicamente a modernidade até sua crise e o surgimento da posmodernidade (item 3). A partir desse ponto são claramente notas pouco sistematizadas. O texto está sendo disponibilizado no site a pedido dos participantes do Espaço Filosófico do Anchietaum no seu formato bruto. Muitas das idéias expostas aqui são colhidas dos autores que constam na bibliografia final sem que estes sejam citados no corpo do texto.

Pe. Emmanuel da Silva e Araujo, SJ

### **1. Da Idade Média à modernidade: situando-nos nas origens da posmodernidade**

Na Idade Média as pessoas nasciam respirando os ares da Cristandade e o princípio religioso cristão dava a ordem do real. A sociedade era homogeneamente estruturada em torno de uma cosmovisão estática e fechada, que apresentava a realidade como acabada e perfeita. A razão humana poderia pesquisar, raciocinar, inventar, descobrir, mas encontraria verdades supremas que não seria capaz de conhecer. Para o homem medieval, toda a realidade referia-se diretamente a Deus, tendo nele sua causa primeira: havia uma supremacia da fé sobre a razão e a cultura era teocêntrica. Todas as dimensões da sociedade concentravam-se em torno do sagrado cristão.

Um conceito importante para nós é o de sujeito[1]. Na Idade Média ele é concebido à luz da Revelação Cristã como alguém que tem um fim transcendente: a posse de Deus por meio do conhecimento e do amor. Para alcançar esse fim, deve ser livre: dotado de livre arbítrio; ele tem a liberdade de realizar ou não o desígnio divino, salvando-se ou condenando-se, dependendo de sua opção. É uma concepção teológica de sujeito.

No final do século XIV e início do século XV, o homem percebe que pode descobrir os segredos da natureza por meio da razão, para dominá-la e colocá-la a seu serviço. A nova cultura que começa a emergir nesse momento histórico não vai mais centrar-se em Deus, mas no ser humano, que por meio da razão olhará para o cosmos, para a história e até para Deus. O século XVI dá início a uma época de crises e transformações, com a Renascença e o Humanismo Moderno. Da redescoberta do valor e das possibilidades do homem origina-se o movimento antropocentrismo. O surgimento da ciência moderna, as grandes descobertas, a invenção da imprensa e a Reforma protestante seguida do Concílio de Trento são também marcos importantes dessa época de grandes transformações.

Os Humanistas têm uma premissa fundamental: libertar o homem da tutela do Sagrado e desenvolver ao máximo as forças da racionalidade e da natureza humanas: o sujeito é razão autônoma. Duas grandes correntes filosóficas que surgem no século XVII - o racionalismo e o empirismo – empreendem essa tarefa e influenciam fortemente no perfil cultural da era moderna. Ambos não são somente doutrinas ou teorias de conhecimento: são duas perspectivas culturais globais que vão ser responsáveis por características fundamentais da modernidade. Colocam-se assim os fundamentos Filosóficos e Políticos da Modernidade: o pensamento racionalista e individualista, o Estado Monárquico absoluto e soberano e a mentalidade de experimentação e observação científica.

René Descartes é o grande representante do Racionalismo. Com seu "*penso logo existo*" (*cogito*), proclama a centralidade do sujeito pensante na constituição da realidade, reforçada mais tarde pela filosofia das Luzes. Ele introduz o conceito totalmente antropocêntrico de sujeito moderno e uma nova forma de relação com o mundo.

Ao mesmo tempo, o Empirismo inglês afirma que todo conhecimento brota da experiência sensível do sujeito, valorizando o mundo material na aquisição do conhecimento. Os grandes representantes do empirismo são Thomas Hobbes (1588-1679) e John Locke (1632-1704). Eles introduzem uma postura metodológica fundamental para a modernidade: a experiência.

Racionalismo e Empirismo, quando se aproximam, dão origem a uma racionalidade na qual o sujeito constitui o real procurando compreendê-lo a partir da observação e sistematização dos fatos e das coisas. Desse modo, influenciam o desenvolvimento da ciência moderna, cuja expressão maior era a física. Na ciência realiza-se a síntese entre racionalismo e empirismo: experiência, observação do fenômeno e sistematização racional.

Dois nomes se destacam aqui: Francis Bacon e Galileu Galilei. Bacon busca o método eficaz para chegar ao conhecimento objetivo das coisas, através da observação cuidadosa dos fatos. Galileu afirma que o fim da ciência é descobrir as leis que regem os fenômenos e que essas leis devem ser traduzidas matematicamente. Ao afirmar o heliocentrismo, põe em questão a cosmovisão cristã tradicional. No século XVII, Isaac Newton vai concretizar a intuição de Galileu e se tornar o pai da física moderna. Agora natureza não é mais objeto de medo e contemplação, mas torna-se campo de estudo e atuação do homem, sempre desafiado a aperfeiçoá-la.

Nicolau Maquiavel inaugura uma nova concepção política com sua obra "O Príncipe", publicada em 1532. Instala-se o Estado monárquico centralizado, com suas técnicas administrativas, sucedendo o sistema feudal. No século XVII, os empiristas ingleses –

Locke e Hume - vão afirmar que o Estado não brota de um mundo transcendente a ser imitado, mas da livre vontade dos homens que, na sua necessidade de sobrevivência, o fabricam racionalmente para possibilitar a sobrevivência de todos.

A família deixa de ser a unidade básica de produção e consumo e surge a *fábrica*, na qual há um conjunto de proprietário dos meios de produção. Introduce-se a tecnologia no processo de produção e surge a siderurgia e as ferrovias. Em consequência dá-se a tendência de acumulação de capital e surgem as sociedades anônimas e as grandes entidades bancárias. No século XIX, acontece a revolução industrial.

Com a máxima liberdade para produzir e comercializar, consolida-se a Ideologia Liberal, que fazia das conquistas da burguesia um privilégio de poucos, pois a o ideal de igualdade universal perante a lei só valia para aqueles que tinham dinheiro. Daí surge o sentido de burguês dado por Engles e Marx: "a classe dos capitalistas modernos, proprietários dos meios de produção e que explora os trabalhadores assalariados".

O sujeito, com sua razão autônoma, busca felicidade e liberdade. O homem que pensa poder tudo e responder racionalmente às perguntas sobre sua origem, seu destino e seu comportamento. Dá-se uma progressiva diferenciação nas esferas sociais, políticas e econômicas. Cada qual passa a ser regida por uma racionalidade própria. O sagrado cristão não é mais o legitimador das diversas dimensões da existência humana e instala-se a secularização definitiva das artes e das ciências.

No século XX, uma tendência fundamental da modernidade é os *mass media* e a cultura de massa, que se distinguem pela característica efêmera dos conteúdos e das formas. Os *mass media* são veículos de sedução para o estímulo do consumo, que é marca distintiva das sociedades contemporâneas.

As verdades antes consideradas intocáveis são criticadas e postas em questão e a única verdade é aquela que pode ser verificada cientificamente e fundamentada racionalmente. Surge uma nova cosmovisão: o mundo não é mais o *cosmos* do qual o homem é uma parte, mas é o mundo do homem, construído por ele. A transcendência não se encontra mais numa instância superior e externa ao sujeito, mas no próprio sujeito, que pelas suas estruturas a priori de conhecimento modela o real.

## **2. A crise da modernidade**

As sociedades ocidentais modernas, onde predomina a razão instrumental, vão se caracterizando pela dicotomia entre o sistema produtivo, formado pelas grandes estruturas econômicas, técnicas e políticas, e o mundo da vida, onde as pessoas constroem suas relações de comunicação e sua interpretação do mundo. O mundo da vida é caracterizado pelo pluralismo cultural, isto é, diferentes maneiras de interpretar a realidade, com formas de comunicação e escalas de valores próprias coexistindo numa mesma sociedade.

O sistema produtivo gera uma indústria cultural ou uma cultura de massa, baseada em critérios de mercado, que tenta dominar ou instrumentalizar as outras formas de cultura tradicionais, eruditas e populares. Predomina a racionalidade técnico-científica. O ser humano é transformado em objeto, e dá-se uma desumanização do mundo, o descuido com a natureza, o abalo do ecossistema, a miséria, a fome, a violência. Os benefícios da modernidade são concentrados nas mãos de alguns poucos, enquanto a maioria das pessoas é deixada à margem, excluída do sistema. Imperam o econômico, o lucro, o consumismo e o individualismo exacerbado.

Diante deste panorama, o homem das últimas décadas do século XX descobre que a razão moderna não deu conta de cumprir as suas promessas de felicidade e prosperidade. Ele contempla a

história a partir das revoluções científica, política, social e industrial, e não pode deixar de ver o abismo existente entre as promessas e a realidade. Ele perdeu a fé na razão e se encontra vazio de sentido e perdido na vida. Dá-se um desencanto generalizado diante dos mitos da modernidade, que impulsionaram a geração dos anos 60 (apêndice 1). "Não se crê mais nem na Revolução, nem no progresso, nem na democracia, mas também se sabe do engano dos mitos do amor, da diversão, do consumo"[2].

O homem experimenta a realidade de um mundo cruel e duro e não crê mais no ideal da mudança, do advento de um mundo mais justo. Perde-se o horizonte histórico e passa-se a viver na imediatez do momento presente, da maneira mais cômoda possível. Há uma radical e constante busca do novo. Vive-se sempre em mudança. Na vida tudo é passageiro, nada é eterno. O importante é desfrutar intensamente dos prazeres proporcionados pelo momento presente. Este desengano atinge os sistemas de valores. Instala-se um relativismo radical. Aceita-se tudo, e tudo vale conforme as circunstâncias. Ser bom neste ambiente é sentir-se bem, e o *leit motiv* do sujeito é sua felicidade individual. O indivíduo diz não a padrões éticos universais. Surge "*o homem light*"[3], marcado por uma paralisia da razão e por um redespertar do sentimento. Tudo para ele está radicalmente centrado em si mesmo. É o extremo do individualismo moderno.

### 3. Pos-modernidade?

Fica difícil sustentar a idéia de uma *pos-modernidade como um após da modernidade* quando nos damos conta de que vivemos numa época, numa cultura e num mundo onde por todo lado estamos mergulhados naquilo que é *o moderno*: o indivíduo e o individualismo são modernos, a técnica e a ciência são modernas, a democracia e o

Estado soberano são modernos, o mercado, o consumo e a economia liberal são modernos... E poderíamos citar muitas outras conquistas da modernidade que permanecem e não foram substituídas e nem deixaram de existir.

Henrique Vaz chama a modernidade que surge no século XVI de “modernidade moderna”. Modernidade é um modo de ler o tempo histórico, enquanto é captado filosoficamente como conceito. Este processo origina-se no século VI a.C., com Sócrates e o nascimento da Filosofia Grega. Assim, a cada tempo histórico em que uma Razão diferente configura a realidade, tem-se modernidade. E as modernidades serão tantas “quantas forem as formas da Razão, filosoficamente configuradas, que ocuparem o centro do sistema da cultura”. Por isso, esta a que nos referimos é a “modernidade moderna”. Ela é caracterizada como moderna pelos discursos da razão, da felicidade, da liberdade e do Estado[4].

Para **Jean Baudrillard** o conceito de posmodernidade não existe. Na sua chocante forma de falar, afirma que “a noção de pós-modernidade não passa de uma forma irresponsável de abordagem pseudocientífica dos fenômenos. Trata-se de um sistema de interpretações a partir de uma palavra com crédito ilimitado, que pode ser aplicada a qualquer coisa”[5].

Para **Zygmunt Bauman** a sociedade contemporânea é de um tipo curioso e em muitos sentidos misterioso, que ainda se mantém eminentemente moderna nas suas ambições e no seu *modus operandi*, ou seja, no seu esforço de modernização compulsiva, obsessiva, e ao mesmo tempo desprovida das antigas ilusões de que o fim da jornada estava logo adiante. Ele afirma:

“É nesse sentido que pós-modernidade é, para mim, modernidade sem ilusões. Diferentemente da sociedade moderna anterior, a que eu chamo de modernidade sólida, que também estava sempre a desmontar a realidade herdada, a de agora não o faz com uma perspectiva de longa duração, com a intenção de torná-la melhor e novamente sólida. Tudo está

agora sempre a ser permanentemente desmontado, mas sem perspectiva de nenhuma permanência. Tudo é temporário. É por isso que sugeri a metáfora da "liquidez" para caracterizar o estado da sociedade moderna, que, como os líquidos, se caracteriza por uma incapacidade de manter a forma. Nossas instituições, quadros de referência, estilos de vida, crenças e convicções mudam antes que tenham tempo de se solidificar em costumes, hábitos e verdades *auto-evidentes*"[6].

Para **Gilles Lipovetsky** a expressão *posmoderno* é ambígua, desajeitada e vaga, por tratar-se de uma modernidade de novo gênero que tomava corpo, e que agora reaparece em primeiro plano ou com novos traços. O posmoderno já ganhou rugas e, atualmente, vive-se os tempos *hipermodernos*: "hipercapitalismo, hiperclasse, hiperpotência, hiperterrorismo, hiperindividualismo, hipermercado, hipertexto – o que mais não é *hiper*? O que mais não expõe uma modernidade elevada à potência superlativa? Ao clima de epílogo, segue-se uma sensação de fuga para adiante, de modernização desenfreada, feita de mercantilização proliferativa, de desregulamentação econômica, de ímpeto técnico-científico, cujos efeitos são tão carregados de perigos quanto de promessas"[7].

Desse modo, diante do panorama da modernidade atual, fluida, porém ainda moderna e elevada à hiper potência, seguindo a nomeação de Lipovetsky, chamamos nossos tempos de hipermodernos.

#### 4. Alguns traços característicos da hipermodernidade

**"Ideologia, eu quero uma pra viver..."**

(Cazuza)

Meu partido

É um coração partido

E as ilusões  
Estão todas perdidas  
Os meus sonhos  
Foram todos vendidos  
Tão barato  
Que eu nem acredito  
Ah! eu nem acredito...

Que aquele garoto  
Que ia mudar o mundo  
Mudar o mundo  
Frequenta agora  
As festas do "Grand Monde"...

Meus heróis  
Morreram de overdose  
Meus inimigos  
Estão no poder  
Ideologia!  
Eu quero uma prá viver  
Ideologia!  
Eu quero uma prá viver...

O meu prazer  
Agora é risco de vida  
Meu sex and drugs  
Não tem nenhum rock 'n' roll  
Eu vou pagar  
A conta do analista  
Prá nunca mais  
Ter que saber  
Quem eu sou  
Ah! saber quem eu sou..

Pois aquele garoto  
Que ia mudar o mundo  
Mudar o mundo

Agora assiste a tudo  
Em cima do muro  
Em cima do muro...

Meus heróis  
Morreram de overdose  
Meus inimigos  
Estão no poder  
Ideologia!  
Eu quero uma prá viver  
Ideologia!  
Prá viver...

Pois aquele garoto  
Que ia mudar o mundo  
Mudar o mundo  
Agora assiste a tudo  
Em cima do muro  
Em cima do muro...

Meus heróis  
Morreram de overdose  
Meus inimigos  
Estão no poder  
Ideologia!  
Eu quero uma prá viver  
Ideologia!  
Eu quero uma prá viver..  
Ideologia!  
Prá viver  
Ideologia!  
Eu quero uma prá viver...

⇒ **O descrédito dos grandes relatos**

(Lyotard – O pos-moderno; A condição pos-moderna)

O Filósofo francês Jean-François Lyotard[8] anuncia a “decomposição” dos grandes relatos e afirma que “o grande relato perdeu sua credibilidade”. Uma das características da posmodernidade é o descrédito dos grandes relatos ou das metanarrativas. Na filosofia e na teoria da cultura, uma metanarrativa é uma grande narrativa ou narrativa de nível superior (“meta-” é um prefixo de origem grega que significa “para além de”), capaz de explicar todo o conhecimento existente ou capaz de representar uma verdade absoluta sobre o universo. A experiência da posmodernidade significa a perda de nossas crenças em **visões totalizantes da história**, que prescreviam regras de conduta política e ética para toda a humanidade.

Um exemplo de metanarrativa é a filosofia iluminista, que acreditava que a razão e seus produtos - o progresso científico e a tecnologia - levariam o homem à felicidade, emancipando a humanidade dos dogmas, mitos e superstições dos povos primitivos. O marxismo é outro exemplo de metanarrativa. Para os marxistas, a história era impulsionada pelo confronto entre duas classes contraditórias, a burguesia e o proletariado, que resultaria, ao fim da revolução do proletariado, numa sociedade sem classes, de plena liberdade e igualdade: o comunismo. Mas, como vimos, não deram conta de resolver os problemas da humanidade.

Constatando a desilusão diante do fracasso da razão e das utopias é que Lyotard afirma: “considera-se que o ‘pós-moderno’ é a incredulidade em relação às metanarrativas.” Dá-se a “decomposição” dos grandes relatos: as grandes verdades ou narrativas são substituídas por verdades provisórias, passageiras e mutantes. O saber torna-se mercadoria e privilegia-se as áreas do saber que têm potencial lucrativo. Surge um sujeito fragmentado.

⇒ Uma Trilogia sugestiva: **“O Declínio do Império Americano”** (1986), **“As Invasões Bárbaras”** (2003) e **L’Âge des Ténèbres** (2007)

⇒ O título original - *L’Âge des Tenébres* – foi mal traduzido no Brasil como *A Era da Inocência*. O título correto seria **A Idade das Trevas**. É interessante notar as referências históricas de Arcand na composição da Trilogia.

⇒ Nesse último trata-se de uma referência ao termo – pejorativo e generalizador, diga-se de passagem – que humanistas do século XVII adotaram para se referir à civilização da Europa entre os séculos IV e XV como tempo de ruína e flagelo, ou seja, à **Idade Média**.

⇒ Esse tempo é o que se segue às **Invasões Bárbaras**. Os Bárbaros eram todos os povos que viviam nas fronteiras do Império Romano, assim chamados porque não tinham a cultura do Império. Com a desordem política, a crise econômica, cultural e social e o crescimento do Cristianismo, dá-se o *Declínio do Império Romano*, que culmina na sua queda com as *Invasões Bárbaras* do século V (em 455 os Vândalos saquearam Roma)



Em *Declínio do Império Americano*, Arcand traça um perfil da classe média que começava a se desencantar do ideal esquerdista dos anos 60 e que adere à nova ordem nascente com o mesmo

fanatismo com que abraçou as causas proletárias duas décadas antes. Vejamos um trecho (01h:13m:46s - 01h:16m:43s):

- "Os sinais do declínio do império estão por toda parte. A população despreza suas próprias instituições. A queda da natalidade, a recusa dos homens em servir o Exército, a dívida nacional incontável, a diminuição constante das horas de trabalho, a degeneração das elites... Com a diminuição do sonho maxi-leninista não há nenhum modelo de sociedade do qual dizer: *é assim que queremos viver*. Como no plano privado, a menos que seja santo ou místico, é quase impossível moldar sua vida a partir de um exemplo à sua volta. Vivemos num processo geral de dissolução de toda a existência (...). Devo dizer que no período atual vive-se bem sob certos aspectos. De todo modo nosso funcionamento mental impede outras formas de experiência. Não creio que pudéssemos viver como os puritanos da Nova Inglaterra de 1650".

- "*Não concordo. Estou certa de que há eruditos que vão provar exatamente o contrário. Que vivemos numa época de renascimento extraordinário, que a ciência nunca se desenvolveu tanto, que a vida nunca foi tão boa. É impossível saber em que época vivemos. O melhor que fazemos é tentar ser felizes. É o que sempre se quis*".

Em *Invasões Bárbaras*, Arcand faz um balanço do que restou dessa crise: as utopias esquerdistas estavam ultrapassadas e foram um engano, causando morte e sofrimento, atrasando o progresso. Ele retrata a morte das ideologias e o declínio da sociedade ocidental junto com a queda que acompanha a morte de Rémy, o personagem central de *Declínio*. No desenrolar da história de Rémy, com suas opiniões políticas e sonhos interrompidos, entrelaçada na história dos amigos, é traçado um retrato bem humorado do fim das ideologias.

Arcand fala em uma entrevista à Folha de São Paulo, por ocasião do lançamento de *Invasões Bárbaras* no Brasil, dos sentimentos generosos dos jovens de sua época, que acreditavam no

socialismo e em todos os “ismos” que existiram. Mas também lembra que houve a desconstrução de todas as formas de governo, de política de conduta e diz também que esta afirmação vale para todas as pessoas na sociedade ocidental de hoje: já não há sonhos, mas também não há o que colocar no lugar do vazio que tomou conta do cenário destes velhos sonhos. Hoje já não há teorias e modelos para serem seguidos. O diálogo nesse momento do filme revela o sentimento contemporâneo em relação às ideologias.

Em “*A Idade das Trevas*”, D m ys Arcand fecha a trilogia *Declínio – Invasões – Idade*. Em *Invasões*, os novos *bárbaros* são os *imigrantes*. Em “*A Idade das trevas*”: peste – epidemia de gripe; guerra santa – invasão do Iraque; e os muçulmanos. Com genialidade e humor, Arcand retrata na crise do personagem Jean-Marc Leblanc a crise de civiliza o de nossos dias. Ele foi aluno brilhante, líder estudantil politicamente ativo, mas hoje vive no vazio. Na civiliza o materialista, individualista, hedonista, que dilui a estrutura familiar e não d  sentido   vida, Leblanc se lança numa busca frenética por sensa es fúteis e fantasiosas no desejo de satisfazer suas frustra es. Vive fantasiando grandezas, fora da realidade, dormindo ou acordado, até que percebe a ilusão em que vive e d  uma guinada em sua vida.

Vejamos o diálogo de *Invasões* citado acima (01h:10m:47s – 01h:13m:17s):

- Fomos tudo.   incrível. Separatistas, independentistas, monarquistas, monarquistas-associacionistas.
- Começamos sendo existencialistas.
- Tínhamos lido Camus e Sartre.
- Depois lemos Franz Fanon e viramos anticolonialistas.
- Depois lemos Marcuse e nos tornamos marxistas.
- Marxistas-leninistas.

- Trotskistas.
- Maoístas.
- Lemos Soljenitsyn e mudamos de idéia. Passamos a estruturalistas.
- Situacionistas.
- Feministas.
- Desconstrucionistas.
- Houve algum 'ismo' que não adoramos?
- Cretinistas.
- Oh, Deus, não! Lembrem-se de Guo Jing.

Esse diálogo põe em foco a desconstrução dos grandes relatos e o fim das ideologias. Quando isso acontece, a revolução se concentra na discussão dos relacionamentos amorosos, do corpo adequado, do currículo cada vez maior, do número de viagens realizadas... Os problemas pessoais como primeiro foco. Era esse o eixo central em *Declínio do Império Americano*. Há um desengajamento de tudo que é causa coletiva.

Lipovetsky afirma que o que ele quis dizer em *A era do vazio* era que vivíamos um período em que as grandes ideologias que marcaram a modernidade, como o nacionalismo, o socialismo, a revolução e o progresso, tinham perdido sua força, forma e estabilidade no mundo contemporâneo.

Diante da doença fatal, Rémy quer ter sua vida abreviada. A história se desenvolve em torno da decisão final sobre isso, os meios para conseguir a droga, quem vai aplicá-la. No final, quando está esperando o efeito do veneno Rémy diz: "Reverenciem o seu novo príncipe"... E entra em cena o seu filho - Casado, fiel à esposa, bom marido, empresário capitalista bem sucedido, preocupado com sua carreira, inserido no sistema... todo o contrário do pai – contestador das tradições, infiel à esposa, usuário de drogas... A morte de Rémy simboliza a morte da geração da utopia.

Com a dissolução do paradigma do sagrado como normatizador da vida e da visão homogênea do mundo, o indivíduo emergente se encontra sozinho diante da realidade, e cai sobre ele o peso de ter que construir por si mesmo sua identidade pessoal. Nos anos 90 e início do século XXI, o indivíduo é permissivo, liberado e tolerante. Busca ansiosamente um sentido para a vida, e nada o satisfaz. É um sujeito radicalmente individualista.

Assim canta Cazusa em Ideologia:

Eu vou pagar  
A conta do analista  
Prá nunca mais  
Ter que saber  
Quem eu sou  
Ah! saber quem eu sou...  
(Ideologia)

### ⇒ **O individualismo contemporâneo**

(Lipovetsky, A Era do Vazio – A Sociedade da Decepção – Ed. Manole)



Uma das características mais marcantes da modernidade é a emergência do indivíduo, e de uma ideologia individualista. Na hipermodernidade encontramos um sujeito radicalmente individualista.

## ⇒ **Inflação do ego**

Pois aquele garoto  
Que ia mudar o mundo  
Mudar o mundo  
Agora assiste a tudo  
Em cima do muro  
Em cima do muro...  
(Ideologia)

O individualismo contemporâneo coloca o Eu no centro do universo. Dá-se um declínio do sentido histórico, que leva à fuga de qualquer tipo de sacrifício, e a uma não preocupação com o futuro: o que importa é o agora. Passa-se do engajamento político, fortemente presente nos anos 60, ao exame de si mesmo: se o centro é o Eu, a busca agora é pela beleza, culto ao corpo, yoga, dietéticos, psicologias... Surge uma mentalidade terapêutica, que tem como uma de suas formas de expressão o culto do Eu. (Ver apêndice ao final: algumas características desse período)

## ⇒ **Indiferença generalizada e a desmobilização das grandes causas**

Meu partido  
É um coração partido  
E as ilusões  
Estão todas perdidas  
Os meus sonhos  
Foram todos vendidos  
Tão barato  
Que eu nem acredito  
Ah! eu nem acredito...

Que aquele garoto  
Que ia mudar o mundo  
Mudar o mundo  
Frequenta agora  
As festas do "Grand Monde"...

Meus heróis

Morreram de overdose  
Meus inimigos  
Estão no poder  
Ideologia!  
Eu quero uma prá viver  
Ideologia!  
Eu quero uma prá viver...  
(Ideologia)

Um estado de indiferença generalizada atinge todos os setores da vida coletiva. Trata-se da deserção em massa, marcada pelo abandono das instituições tradicionais: sindicatos, família, partido político, Igreja... . Como tudo gira em torno das opções pessoais, e estas são fluídas, há uma recusa a compromissos. O resultado é a demolição dos pólos de representação do sócio-político-cultural.

**Quanto ao pólo social**, não há mobilização e nem posicionamento diante da realidade, mas uma massa inerte que não se define. Prevalece um narcisismo radical. O indivíduo está centrado em si mesmo, buscando o bem-estar pessoal acima do engajamento político e social. O super-ego é substituído por um ego fluído, que segue as circunstâncias.

**Quanto ao pólo cultural**, a comunicação de massa não visa o saber, mas produz uma cultura passageira. Nada é eterno. Tudo é mercadoria para ser consumida. Assim, há um constante apelo ao novo, e as pessoas vivem em mudança, à espera da próxima novidade.

“(...) o capitalismo hipercomercial se desenvolve com a diversificação galopante da oferta, com a multiplicação da variedade dos produtos culturais. É a inflação de novidades e o encurtamento do tempo de vida das obras que são o problema, e não a uniformização do universo cultural. Resumindo, vivemos em uma sociedade da superabundância de ofertas e da desestabilização das culturas de classe. São essas condições que criam as condições propícias para uma individualização extrema das preferências de cada um”. (A Sociedade da Decepção p. 34)

**Quanto ao pólo político**, nota-se um declínio da paixão política, dando lugar à conformidade, à passividade e à indiferença. A política perde sua força de mobilização, e surge uma ideologia da intimidade, onde a realidade é enfrentada apenas em termos psicológicos, com as pessoas buscando aquilo que lhes dá satisfação. É uma moral hedonista, do prazer imediato, com preocupações a curto prazo. Há um predomínio da vida privada, decaindo o engajamento na vida pública e nas instituições.

**Desencanto em relação à Política:**

“Nesse contexto, nosso século registra uma ampla corrente de desconfiança, de ceticismo, de descrédito diante do sistema político. (...) Essa atmosfera de suspeita diante da responsabilidade dos homens públicos é reforçada pela idéia de que sua conduta é pautada, sobretudo, pela indisfarçável satisfação de seus interesses pessoais, pela ânsia de se reelegerem, pela obsessão em fazer pesquisas de popularidade. Outras tantas formas de conduta alimentam um desencanto pela política, que não cessa de crescer e se manifesta bem mais abertamente do que antes, em virtude do declínio da influência partidária sobre o eleitorado (...).”(A Sociedade da Decepção p. 38)

**Consumismo e desmobilização política:**

“Ao incentivar o gozo dos prazeres individuais, do bem-estar e dos lazeres, o universo consumista confiscou as portentosas plataformas revolucionárias e nacionalistas de outros tempos, erodindo o espírito militante e as grandes paixões políticas. O antigo imaginário da consagração completa aos supremos ideais se esvaiu, deixando de servir de estímulo ou sentido para a existência. O desenvolvimento de si mesmo se erige como o ideal pleno, como o grande referencial e o móvel psicológico da era hiperconsumista.

O *Homo Felix* ultrapassou o *Homo Politicus*. Mudar a sociedade? Não é mais essa a questão. A palavra de ordem é: aumentar a qualidade de vida presente, tanto para si como para os mais próximos; ganhar dinheiro; consumir, tirar férias, viajar, se distrair, praticar um esporte, decorar a casa. O antigo sonho dos "grandes salões" extinguiu-se totalmente, e a coisa pública só desperta nas pessoas interesses superficiais e passageiros". (A Sociedade da Decepção p. 52)

## **Eu etiqueta**

(Carlos Drummond de Andrade)

Em minha calça está grudado um nome  
que não é meu de batismo ou de cartório,  
um nome... estranho.

Meu blusão traz lembrete de bebida  
que jamais pus na boca, nesta vida.

Em minha camiseta, a marca de cigarro  
que não fumo, até hoje não fumei.

Minhas meias falam de produto  
que nunca experimentei  
mas são comunicados aos meus pés.

Meu tênis é proclama colorido  
de alguma coisa não provada  
por este provador de longa idade.

Meu lenço, meu relógio, meu chaveiro,  
minha gravata e cinto e escova e pente,  
meu copo, minha xícara,

minha toalha de banho e sabonete,  
meu isso, meu aquilo,

desde a cabeça ao bico dos sapatos,  
são mensagens,

letras falantes

grifos visuais,

ordens de uso, abuso, reincidência

costume, hábito, permanência,

indispensabilidade,  
e fazem de mim homem-anúncio itinerante,  
escravo da matéria anunciada.  
Estou, estou na moda.  
É doce estar na moda, ainda que a moda  
seja negar minha identidade,  
trocá-la por mil, açambarcando  
todas as marcas registradas,  
todos os logotipos do mercado.  
Com que inocência demito-me de ser  
eu que antes era e me sabia  
tão diverso de outros, tão mim mesmo,  
ser pensante sentinte e solitário  
com outros seres diversos e conscientes  
de sua humana, invencível condição.  
Agora sou anúncio  
ora vulgar ora bizarro.  
em língua nacional ou em qualquer língua  
(qualquer, principalmente.)  
E nisto me comprazo, tiro glória  
de minha anulação.  
Não sou - vê-lá - anúncio contratado.  
eu é que mimosamente pago  
para anunciar, para vender  
em bares festas praias pérgulas piscinas,  
e bem à vista exibo esta etiqueta  
global no corpo que desiste  
de ser veste e sandália de uma essência  
tão viva, independente,  
que moda ou suborno algum a compromete.  
Onde terei jogado fora  
meu gosto e capacidade de escolher,  
minhas idiossincrasias tão pessoais,  
tão minhas que no rosto se espelhavam  
e cada gesto, cada olhar  
cada vinco da roupa  
resumia uma estética?  
Hoje sou costurado, sou tecido

sou gravado de forma universal,  
saio da estamperia, não de casa,  
da vitrina me tiram, recolocam,  
objeto pulsante mas objeto  
que se oferece como signo de outros  
objetos estáticos, tarifados.  
Por me ostentar assim, tão orgulhoso  
de ser não eu, mas artigo industrial,  
peço que meu nome retifiquem.  
Já não me convém o título de homem.  
Meu nome novo é Coisa.  
Eu sou a Coisa, coisamente.

### **Sociedade de hiperconsumo**

(Lipovetsky, *A felicidade paradoxal*, Companhia das Letras)

Depois do aparecimento do capitalismo de massas, no fim do século XIX, e da «sociedade de abundância», no pós-guerra, o mundo vive hoje uma nova forma de consumo, iniciada nas duas últimas décadas e marcada pela oferta permanente de produtos em escala e intensidade jamais observadas. Entrou-se assim num terceiro estágio do capitalismo: “a sociedade do hiperconsumo”.

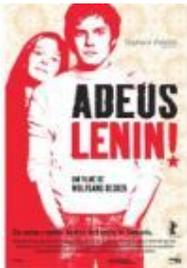
Há uma relação paradoxal dos indivíduos com um universo dominado pelo mercado, onde nem a esfera da intimidade consegue escapar. A vida no presente sobrepôs-se às expectativas do futuro histórico e o hedonismo, às militâncias políticas. Em contrapartida, a febre do conforto ocupou o lugar das paixões nacionalistas e os lazeres substituíram a revolução. Em suma, o melhor-viver tornou-se uma paixão das massas, o objetivo supremo das sociedades democráticas, um ideal exaltado em cada esquina. O bem-estar tornou-se o novo deus, sendo o consumo o seu templo e o corpo a sua permanente liturgia.

Nesta nova “era do hiperconsumo”, o apelo ao consumismo entranhou-se no quotidiano de todas as classes e relações sociais.

Numa sociedade onde as necessidades dos cidadãos estão constantemente em observação e a ser alvo de elaboradas estratégias de mercado, as pessoas são estimuladas, de forma manipuladora, a consumir.

Esta sociedade e este tipo de relação geraram o *homo consumericus*: voraz, móvel, flexível, liberto das antigas culturas de classe, imprevisível nos seus gostos e nas suas compras e sedento de experiências emocionais e de (mais) bem-estar, de marcas, de autenticidade, de imediatidade, de comunicação.

#### ⇒ **Adeus Lênin**



Trecho do filme: Vídeo da Coca-Cola (01h:02m:23s a 01h:04m:16s)

### **Globalização**

É talvez o aspecto mais marcante do novo cenário mundial. A política, a economia. A cultura, as instituições se redimensionam em escala mundial. Os meios de comunicação social alcançam cobertura planetária. Os referenciais já não são locais e particulares como no passado (a família, a comunidade, a cidade, nem sequer o país de origem), mas globais e universais. Busca-se construir uma cultura global, através da universalização de símbolos, representações, valores morais e estilos de vida hemisfério norte.

#### ⇒ **A felicidade paradoxal: consumo de massa, causa de decepção**

(Lipovetsky, *A Felicidade Paradoxal; A Sociedade da Decepção*)

***“Da noite para o dia o mercadinho da esquina virou o paraíso dos consumidores. E eu, como consumidor, era o rei”*** (Alex, *Adeus Lênin*)

***“O meu prazer agora é risco de vida”*** (Cazuza, *Ideologia*)

***“Lugar de ser feliz não é supermercado”*** (Zeca Baleiro, *Piercing*)

*Adeus Lênin* retrata a crise de identidade em que se encontram as pessoas que viviam em Berlim Oriental socialista, diante da invasão dos costumes e da cultura consumista ocidental. Há por trás de toda a trama o dilema entre assumir o novo modo de vida e conservar lutar para conservar o antigo. A mãe de Alex não pode tomar conhecimento das mudanças porque pode ter um enfarte e ele corre freneticamente para reconstruir o mundo socialista em seu quarto e mantê-la isolada do mundo exterior.

Os prazeres privados originam uma *felicidade paradoxal*, pois o *homo consumericus* goza de ampla liberdade face às imposições e ritos coletivos, mas a sua autonomia pessoal traz consigo novas formas de servidão e causas de frustração.

Vivemos num contexto de apelos publicitários que dizem respeito às necessidades e ao bem-estar. As pessoas aspiram a se integrarem ao rol dos hiperconsumidores, ao mundo do consumo, dos lazeres e das grifes famosas.

O mercado de consumo é superabundante, composto por gente com alto poder de compra e de pobres e os excluídos. Muitos são conduzidos a serem consumidores apenas potenciais, isto é, apenas na sua imaginação.

Nesse caso a decepção é penosa, porque muitas pessoas amargam um sentimento de frustração e de insucesso pessoal por não poderem participar da festa consumista prometida a todos.

## **Admirável chip novo: configurados à cultura de massa**

(Pitty)

Pare no sistema alguém me desconfigurou  
Aonde estão meus olhos de robô?  
Eu não sabia, eu não tinha percebido  
Eu sempre achei que era vivo  
Parafuso e fluído em lugar de articulação  
Até achava que aqui batia um coração  
Nada é orgânico é tudo programado  
E eu achando que tinha me libertado  
Mas lá vem eles novamente, eu sei o que vão fazer:  
Reinstalar o sistema

Pense, fale, compre, beba  
Leia, vote, não se esqueça  
Use, seja, ouça, diga  
Tenha, more, gaste, viva

Pense, fale, compre, beba  
Leia, vote, não se esqueça  
Use, seja, ouça, diga

Não senhor, Sim senhor, Não senhor, Sim senhor

Pare no sistema alguém me desconfigurou  
Aonde estão meus olhos de robô?  
Eu não sabia, eu não tinha percebido  
Eu sempre achei que era vivo  
Parafuso e fluído em lugar de articulação  
Até achava que aqui batia um coração  
Nada é orgânico é tudo programado  
E eu achando que tinha me libertado

Mas lá vem eles novamente, eu sei o que vão fazer:  
Reinstalar o sistema

Pense, fale, compre, beba

Leia, vote, não se esqueça

Use, seja, ouça, diga

Tenha, more, gaste, viva

Pense, fale, compre, beba

Leia, vote, não se esqueça

Use, seja, ouça, diga

Não senhor, Sim senhor, Não senhor, Sim senhor

Mas lá vem eles novamente, eu sei o que vão fazer:

Reinstalar o sistema

## **Massificação: O império do efêmero**

(Lipovetsky, *O império do Efêmero*, Companhia das Letras)

### **Exemplo 1: MODA:**

Fenômeno Ocidental que surge no mundo Moderno. Começa no final da Idade Média e se estrutura no século XIX, quando a burguesia se firma no poder após a Revolução Francesa.

### **1ª período: sec. XIX a ≈1960**

3 princípios organizadores

⇒ Face burocrática-estética: quem dita a moda é uma elite de grandes criadores (ou estilistas)

⇒ Face industrial: expressa por uma lógica industrial de séries ( = Estações)

⇒ Face democrática e individualista: se alguém encomenda um modelo, esse é exclusivo. Só um círculo fechado tem acesso à moda.

Fenômeno ≅ 1960: uma verdadeira revolução destrói essa estrutura  
= PRONTA ENTREGA □

⇒ O que era feito sob encomenda torna-se MASSIFICADO. Na perspectiva da PRODUÇÃO INDUSTRIAL, coloca-se a vestimenta para todos. Essa produção é completamente diferente do que os estilistas produzem. Pequenos criadores criam modelos em série.

⇒ Os grandes estilistas passam a fazer moda de pronta entrega (Ex: Pierre Cardin cria a primeira coleção pronta entrega em 1959)

⇒ Surgem as GRIFFES (Pierre Cardin, Boss, Benetton...)

⇒ Agora compra-se os produtos não por sua qualidade mas pelo nome, pela marca (Ex: os cintos da C&A)

## 2º período:

⇒ Marcada pela queda da posição hegemônica dos grandes estilistas o que vale é a GRIFFE

⇒ Aparição de novos criadores e desorganização dos critérios de moda = qualquer coisa é moda

⇒ A pronta entrega provoca uma explosão da moda, que passa a ter novos princípios organizadores:

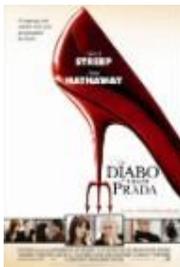
⇒ É **efêmera**: é passageira, não precisa mais aguardar as estações. Está sempre mudando, levada pelo artista da TV

⇒ Montada com base na **sedução**: sempre se baseia no desejo das pessoas e se não há desejo que mova ao consumo, ele é

criado pela **propaganda** (a sedução é um princípio organizador do mundo contemporâneo – *Baudrillard, Da Sedução*)

⇒ Não é a mais alta costura que impõe a moda, mas a TV e a PUBLICIDADE

**“O diabo veste Prada”:**



**Título:** O Diabo veste Prada / EUA 2006

**Realizador:** David Frenkel

**Elenco:** Meryl Streep, Anne Hathaway, Stanley Tucci, Emily Blunt, Gisele Bündchen, Adrien Grenier, Simon Baker, Tracie Thoms, Rich Sommer, Daniel Sunjata e Rebecca Mader.

O mercado da moda movimenta milhões de dólares todos os anos e emprega milhares de pessoas empenhadas em satisfazer os anseios desses consumidores, esses profissionais buscam a cada coleção inovar e cativar o público. No topo desta cadeia estão as revistas de moda que ditam as tendências do próximo inverno, por exemplo.

*O Diabo Veste Prada* fala sobre este mundo, repleto de glamour e sedução. O filme conta a história de Andy Sachs, a mais nova assistente da implacável Miranda Priestly, editora chefe da revista Runaway Magazine e a mulher mais poderosa do mundo da moda. Nesse mundo inebriante da moda de Nova York, onde o manequim 36 é o novo 40 e um cabelo mal arrumado pode acabar com uma carreira, a revista Runway é o próprio Santo Graal.

Para tornar-se a assistente perfeita, Andy terá de passar por uma total transformação. Logo, para desgosto de seu namorado

Nate, ela será capaz de falar como deve, andar como deve, num impecável Manolo Blahnik, e nunca mais confundir Dolce e Gabbana. Mas qual o preço de viver nesse império do efêmero?

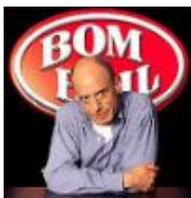
### **Fernão Capelo Gaivota[9]: a Massificação**



**Trecho do filme:** (00h:29m:19s – 00h:32m:50s)

**Fernão diante dos pais:** “Por que é que lhe custa tanto ser como o resto do bando?... Não esqueça que a razão por que você voa é comer.” (p. 16-17)

**Fernão no centro:** “... um dia Fernão Capelo Gaivota aprenderá que a irresponsabilidade não compensa. A vida é o desconhecido e o desconhecível, mas não podemos esquecer que estamos no mundo para comer e para nos mantermos vivos tanto quanto pudermos. Uma gaivota nunca contesta o conselho do bando, mas a voz de Fernão ergueu-se...” (p.48)



-- CLIP Bombril: pout pourry de propagandas

Ano de 1978: em plena fase de ditadura militar, a sociedade assistiu a uma mudança de valores na sociedade. As pesquisas mostram que as mulheres começavam a valorizar mais os homens desprotegidos e tímidos em lugar do estereótipo machão e atlético.

Francesc Petit e Washington Olivetto, da DPZ, introduziram na propaganda uma figura que incorporou as mudanças comportamentais da época: o Garoto Bombril, representado pelo ator

Carlos Moreno. O personagem ganhou de imediato a simpatia das donas de casa, e o Garoto Bombril deu maior ênfase à figura do garoto-propaganda.

⇒ **“Reinstalar o sistema...”**: Cultura à moda mídia

⇒ Visual

⇒ Tempo próprio: IMEDIATO = o que vale é o instantâneo

⇒ Cultura de fuga: esquecer a miséria e as frustrações consumindo - a publicidade compensa as frustrações – ver as propagandas

⇒ Cultura do novo = os objetos não são feitos para durar, mas para o consumo e lucro □ novidade é fundamental = o produto novo tem alguns detalhes que o outro não tem, mesmo que ainda esteja bom e atenda perfeitamente às necessidades □ cultura do passageiro e superficial

⇒ Campanha publicitária maciça cria necessidade para impor o produto

⇒ Uso do artista (ídolo) para lançar produtos

⇒ Informação é PUBLICITÁRIA ≠ **informar = prender a atenção** para vender o produto □ Sedução *no stop* = *ser atraído por* – tudo é feito para uma sedução constante na sociedade de consumo (Baudrillard “*Da sedução*”)

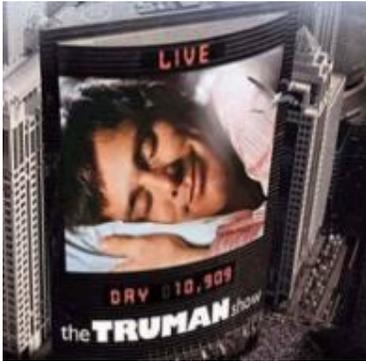
⇒ A televisão provoca o mesmo efeito que a droga: vicia. Ela gera pessoas passivas, entregues ao mais fácil: apertar um botão e cair na poltrona. Tudo se reduz a pasto para os olhos.

⇒ Bulimia de novidades: uma imersão em variedades na busca não se sabe exatamente do que.

⇒ Atitude de dispersão: muitas imagens e pouca consistência, excesso de informação e escassa possibilidade de sintetizá-las

**Espetacularização da vida (Vitrines, TV, Reality Show...)**

- ⇒ Transmissão dos bombardeios da guerra do Golfo
- ⇒ Acidentes, resgates, perseguições policiais, transmitidos ao vivo
- ⇒ O julgamento do casal Nardoni foi assunto de vários dias
- ⇒ Brigas de marido e mulher transmitidas em programas sensacionalistas
- ⇒ Reality Show: O filme *O Show de Truman*, dirigido por Peter Weir e com roteiro de Andrew Niccol, radicaliza a encenação dos reality shows que viraram uma febre mundial nos canais de TV nos últimos anos.
- ⇒ Fala da personagem Meryl, atriz de *O Show de Truman* em *O Show de Truman*, no início do filme:



*“Para mim não existe diferença entre a vida pública e a vida particular. Minha vida é minha vida; é o Show de Truman. O Show de Truman é um estilo de vida, é uma vida nobre. É uma vida verdadeiramente abençoada” (00h:01m:20s)*

**= emoção x crítica**

**= o privado se torna público e vira espetáculo**

**Concluindo...**

Essa reflexão buscou apresentar alguns traços da cultura e da sociedade dos tempos hipermodernos. Não tem a intenção de destacar o negativo, mas de nos despertar para esses traços que nos influenciam. Podemos a partir daí continuar a buscar os desafios e as possibilidades que nossos tempos nos oferecem. Como afirma Lipovetsky em *A sociedade da Decepção*:

**“Quanto mais frustrante é uma sociedade, mais ela promove as condições necessárias para uma re-oxigenação da vida”**

(Gilles Lipovetky)

Assim ficam muitas perguntas em aberto, mas,

**“Enquanto eu tiver perguntas e não houver respostas...**

**continuarei a escrever.”** Clarice Lispector)

### **Apêndice: Algumas características do período dos anos 60 aos anos 90**

#### **a) Anos 50**

- ⇒ Conservadorismo pós-guerra
- ⇒ Valores tradicionais
- ⇒ Surgem as grandes potências e a guerra fria
- ⇒ O centro de influência da civilização sai da Europa e desloca-se para os EUA
- ⇒ Valores da civilização norte-americana (*Estadounidense*) começam a predominar no mundo contemporâneo
- ⇒ Sociedade norte-americana: puritanismo; teologia da prosperidade
- ⇒ 1957: *On the Road*, de Jack Kerouac

#### **b) Anos 60**

- ⇒ Era da **contestação**
- ⇒ Contracultura. Retratada em um filme que entrou para a história: *Sem destino (Easy Rider)*, direção Dennis Hopper, Columbia Pictures).

- ⇒ 1964: Beatles – Rock. Ver uma história dessa época contada pelas canções dos Beatles em *Across the Universe*, direção Julie Taymor, Columbia Pictures
- ⇒ Híppies contestam as estruturas tradicionais, o puritanismo, a guerra (*Across the Universe*)
- ⇒ 1961: Crise dos mísseis na Baía dos Porcos (*Sete dias que abalaram o mundo*)
- ⇒ 1961: comercialização da pílula anticoncepcional
- ⇒ 1968: O ano das revoluções (*Forest Gump*)
  - ⇒ As barricadas de maio (Paris, Sorbone)
  - ⇒ A Primavera de Praga (Por um socialismo mais humano)
  - ⇒ Londres: “*We shall fight/ We will win/ Paris, London, Rome, Berlin..*”
  - ⇒ Alemanha a conflagração estudantil deu-se a partir do atentado sofrido pelo líder estudantil Rudi Dutschke
  - ⇒ Itália: revolta dos estudantes rompidos com o Partido Comunista Italiano e fundação das Brigadas Vermelhas
  - ⇒ Na América Latina: o movimento estudantil combate os regimes militares.
  - ⇒ Brasil: morte do estudante carioca Edson Luís numa operação policial de repressão a um protesto em frente ao restaurante universitário “Calabouço”. Deu-se uma comoção nacional. O enterro fez-se acompanhar por uma multidão de 50 mil pessoas, estando presentes inúmeros intelectuais e artistas. A insatisfação da juventude universitária com o Regime Militar recebeu adesão de escritores e gente do teatro e do cinema perseguidos pela censura. As principais capitais do país, principalmente o Rio de Janeiro, Brasília e São Paulo, em pouco tempo se tornaram praça de guerra onde estudantes e policiais se enfrentavam quase que diariamente. Cada ação repressora mais excitava a juventude à oposição. Em 26

de junho daquele ano 100 mil pessoas - a Passeata dos Cem Mil - marcharam pelas ruas do Rio de Janeiro exigindo abrandamento da repressão, o fim da censura e a redemocratização do país. A novidade foi a presença de religiosos, padres e freiras, que aderiram aos protestos. (Ver *Anos Dourados*)

### c) **Anos 70**

#### ⇒ **60-70:**

- ⇒ radicalismo político e cultural
- ⇒ espírito de rebelião: questionamento da sociedade em vista de uma nova ordem social
- ⇒ individualismo revolucionário: questionamento da ordem e das normas sociais (DRUMOND, LUIS. *A ideologia do individualismo: a perspectiva antropológica do individualismo contemporâneo*)
- ⇒ Questionamento radical das estruturas da sociedade
- ⇒ Woodstock: Paz e Amor celebrados com muito ódio e muita droga
- ⇒ Libertação do indivíduo: valorização dos prazeres do corpo e do prazer ("Década do ego")
- ⇒ Revolução sexual
- ⇒ Rock: embalo e ritmo ≠ melodia
- ⇒ Christopher Larsh: "*O complexo de Narciso*": nova sensibilidade norte-americana
- ⇒ No Brasil: "Década da liberdade" – "Tô na minha bicho" – mas ainda não se instalou o isolamento do individualismo radical.

### d) **Anos 80-90** (consumo)

- ⇒ Homem liberado, permissivo, tolerante

- ⇒ Yupies: individualismo, isolamento, apatia...
- ⇒ Era do vazio
- ⇒ O novo homem narcísico: - culpabilidade e + ansioso:
  - ⇒ Angústia: estado psicológico provocado sem objeto determinado ou identificável
  - ⇒ Ansiedade: atitude, postura diante da desorganização do ritmo cotidiano e da quebra da rotina
  - ⇒ Busca de sentido na vida: na sociedade antiga mais organizada encontrava-se sentido. Hoje: sociedade vazia, passageira, superficial sentido buscado em coisas superficiais (ex: tarô, drogas, consumo...)
  - ⇒ Plano da sexualidade: pessoas mais abertas mas mais sem paz. Permanecem as experiências superficiais – perde-se a dimensão da profundidade. Não se busca elaborar os valores, reflexão sobre a vida, sentido)
- ⇒ Estetização publicitária da vida: surgem valores que não têm consistência no real = coisas supérfluas inculcadas nas pessoas
- ⇒ Consumir superfluamente > a vida passa a ser supérflua > tudo é consumível

### **e) Anos 90**

- ⇒ Volta a outras épocas enquanto consumo ≠ valores ≠ estilo de vida = aquilo que pode ser consumido
- ⇒ Mudanças provocadas pela evolução da informática e multi-mídia
- ⇒ “Ficar”: não se busca compromisso mas prazer do momento = vida centrada no interesse do momento

### **f) Anos 2000 – 2010**

- ⇒ Insegurança: Terrorismo (11/09)

- ⇒ Insegurança: Crash 2008
- ⇒ Redes de relacionamento
- ⇒ Boom dos celulares, blackbarrys, ipods, iphones, ipads...
- ⇒ Micro ética
- ⇒ Redespertar do Sagrado
- ⇒ Nova sensibilidade ecológica
- ⇒ Desenvolvimento sustentável
- ⇒ Terceiro Setor
- ⇒ Responsabilidade Social

### **Bibliografia**

- BARBOSA, L. *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- BAUDRILLARD, J. Entrevista à Revista Época, 07/06/2003.
- BAUDRILLARD, J. *Modernité*, in *Encyclopedia Universallis*. Paris: Encyclopedia Universallis – France, XI (1977) 139-143.
- BAUDRILLARD, J. *Da Sedução*. Campinas: Papirus, 1991.
- BAUDRILLARD, J. *Simulacros e Simulação*. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.
- BAUMAN, Z. *Globalização*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.
- BAUMAN, Z. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.
- BAUMAN, Z. *Tempos Líquidos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007
- GONZÁLES-CARVAJAL, L. *Pós-modernidade*, in MORENO VILLA, M. (Ed.). *Dicionário de Pensamento Contemporâneo*. Paulus: São Paulo 2000, pp. 608-612.
- CHARLES, SÉBASTIEN; LIPOVETSKY, GILLES. *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla, 2004
- CHARLES, S. *Cartas sobre a hipermodernidade ou O Hipermoderno explicado às crianças*. São Paulo: Barcarolla, 2009.
- KEROUAC, JACK. *On the road: pé na estrada*. Porto Alegre: L&PM Editores, 2009.

LARA, T. A. *A filosofia ocidental do renascimento aos nossos dias*. Petrópolis: Vozes, 2007

LIPOVETSKY, G. *A Era do Vazio*. Barueri: Manole, 2006

LIPOVETSKY, G. *A Sociedade da Decepção*. Barueri: Manole, 2007

LIPOVETSKY, G. *A felicidade Paradoxal*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008

LIPOVETSKY, G. *O Império do Efêmero*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989

LYOTARD, JEAN-FRANÇOIS. *A condição pós-moderna*. Rio de Janeiro: José Olímpio, 1998.

MARDONES, J. *El desafío de la postmodernidad al cristianismo*. Santander: Sal Terrae, 1988

MELO, HYGINA B. *A dissolução do Político: morte e vida do espaço público*, in *Síntese Nova Fase*, 49 (1990) 29 - 54.

PRIOR OLMOS, A. *Modernidade*, in MORENO VILLA, M. (Ed.). *Dicionário de Pensamento Contemporâneo*. Paulus: São Paulo 2000, pp. 493-496.

ROJAS, E. *O homem moderno: a luta contra o vazio*. São Paulo: Mandarim, 1999.

SANCHÉZ CUESTA, M. *Sujeito*, in MORENO VILLA, M. (Ed.). *Dicionário de Pensamento Contemporâneo*. Paulus: São Paulo 2000, pp. 712-716.

SANTOS, J.F. *O que é pos-moderno*. São Paulo: Brasiliense, 1987. Coleção Primeiros Passos.

TERRIN, A. *Nova Era: a religiosidade pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 1996.

VAZ, H. C. *Religião e Modernidade Filosófica*, in *Síntese Nova Fase*, 53 (1991) 147-165.

---

[1] SANCHÉZ CUESTA, M. *Sujeito*, in MORENO VILLA, M. (Ed.). *Dicionário de Pensamento Contemporâneo*. Paulus: São Paulo 2000, pp. 712-716.

[2] MARDONES, J. *El desafío de la postmodernidad al cristianismo*. Santander: Sal Terrae, 1988, p. 8.

[3] Veja a sugestiva obra de ROJAS, E. *El hombre light - una vida sin valores*. Madrid: Ediciones Temas de Hoy, 1994.

[4] Cf. VAZ, H. C. *Religião e Modernidade Filosófica*, in *Síntese Nova Fase*, 53 (1991) 147-165.

[5] Entrevista à Revista Época, 07/06/2003.

[6] Entrevista à Folha de São Paulo, 19/10/2003. Cf BAUMAN, Z. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.

[7] CHARLES, SÉBASTIEN; LIPOVETSKY, GILLES. *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla, 2004, pp. 52-53. Ver também CHARLES, S. *Cartas sobre a hipermodernidade ou O Hipermoderno explicado às crianças*. São Paulo: Barcarolla, 2009.

[8] Cf. LYOTARD, JEAN-FRANÇOIS. *A condição pós-moderna*. Rio de Janeiro: José Olímpio, 1998.

[9] BACH, RICHARD. *A história de Fernão Capelo Gaivota*. Rio de Janeiro: Nórdica, 1970. Paramount, *Fernão Capelo Gaivota*. Documentário, 1973.