

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
PROJETO EXPERIMENTAL EM JORNALISMO I - MONOGRAFIA

ASPECTOS DA TEORIA DA CULTURA DE MASSA:

Uma pequena análise da obra de Gilles Lipovetsky

Cleber de Souza Corrêa

Porto Alegre

Junho de 2006

CLEBER DE SOUZA CORRÊA

ASPECTOS DA TEORIA DA CULTURA DE MASSA:

Uma pequena análise da obra de Gilles Lipovetsky

Monografia de conclusão do curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo, apresentada para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora
Profa. Dra. Virgínia Pradelina da Silveira Fonseca

Porto Alegre
Junho de 2006

AGRADECIMENTOS

A realização deste trabalho se deve à contribuição do professor Francisco Rüdiger, que esteve sempre disponível para a discussão do conteúdo, e à orientação da professora Virgínia Fonseca, cuja leitura atenta do texto fez diminuir o número de erros cometidos. Em relação aos deslizes que passaram despercebidos, o “mérito” é todo do autor.

RESUMO

Este trabalho trata da obra do sociólogo Gilles Lipovetsky, especialmente daquelas idéias que se situam em linha de continuidade com a chamada teoria da cultura de massa ou teoria da cultura de consumo. Certos traços do pensamento de Lipovetsky são brevemente analisados, e essa análise é precedida de um esboço do contexto da teoria da cultura de massa e seguida por uma crítica à obra do autor. Das questões abordadas pelo autor, escolhemos o *individualismo*, a *cultura* e a *ética* contemporânea e o *feminismo*, ou a *nova mulher*. Esses pontos são representativos de como o autor entende as dinâmicas culturais de nossa época e também dizem muito a respeito de sua postura em relação à teoria mais pessimista, de acordo com a qual a massificação é um fenômeno essencialmente negativo. Por um lado, este trabalho resgata, com a menção a pensadores relevantes do assunto, as origens das idéias de Lipovetsky e da teoria da cultura de massa de um modo geral, e, por outro, ressalta os pontos em que o sociólogo se opõe ao negativismo teórico acima mencionado.

Palavras-chave: Gilles Lipovetsky, cultura de massa, cultura de consumo, massificação, consumismo, individualismo.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	6
2 O CONTEXTO DA TEORIA DA CULTURA DE MASSA.....	15
3 INDIVIDUALISMO	32
4 CULTURA CONTEMPORÂNEA	43
5 ÉTICA PÓS-MORALISTA.....	52
6 A NOVA MULHER	63
7 UMA CRÍTICA A LIPOVETSKY	73
8 CONCLUSÃO.....	78
REFERÊNCIAS.....	80

1 INTRODUÇÃO

Muitos pensadores do século XX assinalam que a nossa era é caracterizada pelo ingresso das massas. Isso quer dizer: os direitos e prerrogativas de poucos foram paulatinamente se estendendo a todos. A massa, ou os “muitos”, antes destituídos de voz, alijados do poder, agora entram na cena política e social, saem da margem da sociedade para povoar o centro. Isso também significa que deixou de haver privilégios, ou que, paradoxalmente, o privilégio passou a ser um direito de todos. Um pensador afirmaria que a vida moderna introduziu um grande número de pessoas no mercado dos produtos, da cultura, das idéias e das decisões políticas. Outro diria que a multidão se tornou repentinamente visível, e que agora ocupa os melhores lugares na sociedade.

Contudo, os intelectuais não assinalaram a chegada das massas como um fenômeno destituído de sentido. A multidão não era simplesmente esse grande número de pessoas, não se restringia aos “muitos”, a uma quantidade neutra de pessoas. A definição das massas esteve, na maioria das vezes, carregada de sentido pejorativo. As multidões, além de significarem pura e simplesmente o ajuntamento de pessoas, também foram associadas a características tais como a brutalidade, a indiferenciação, a mediocridade, a vulgaridade, etc. Para alguns, portanto, o surgimento das multidões foi visto com apreensão: interpretou-se a chegada das massas como se uma tribo de bárbaros tomasse conta de tudo que de positivo já foi feito pela humanidade. A massificação expressaria, em suma, a desestruturação e a destruição da sociedade.

Evidentemente, esse fenômeno social do surgimento das massas tem o seu correlato cultural. Para os críticos da cultura, as massas surgiram e cobraram um alto preço: a música passou a ser feita para a maioria, os livros passaram a ser escritos para a leitura de todos, o

valor de um filme de cinema passou a determinado pelo número de espectadores, etc. E isso não à toa: a massa simplesmente constitui para a cultura o mais vasto público da História. O seu ingresso ocasionaria a degradação da cultura porque os conteúdos culturais teriam de ser redefinidos para vender mais. O consumo generalizado não seria nada além do que uma circulação de bens que carecem de qualquer qualidade artística.

Essa perspectiva, que à força de simplificação chamaríamos de pessimista, tem também os seus oponentes. Um estudioso do assunto chegou até mesmo a qualificar a idéia de massificação que expusemos brevemente como uma das invenções mais pobres da imaginação sociológica. A negatividade da definição do homem massificado seria simplesmente a negatividade das afirmações liberais e individualistas a respeito da natureza humana. Isto é: o homem que constitui a massa *não* é livre, *não* é sujeito de si mesmo, *não* difere significativamente de outros homens, sua conduta *não* é racional, etc.

Ao contrário daqueles que viam a sociedade massificada com apreensão, houve, também, aqueles pensadores que não temeram o ingresso das multidões. O tema deste trabalho trata justamente de um desses casos: o filósofo e sociólogo francês Gilles Lipovetsky. Para ser mais exato, trataremos dos aspectos da obra do autor que se situam em linha de continuidade com as análises e interpretações da cultura de massa, ou cultura de consumo. Lipovetsky apresenta uma visão que, se não é de todo original, se distancia do pressuposto de que a massificação e o consumismo representam decadência cultural. Como veremos adiante, a verdade é muito antes o oposto: o discurso do francês sobre a cultura massificada contemporânea é laudatório.

Considerando os princípios que sustentam a sua interpretação da cultura atual, Lipovetsky é um modernista liberal – mas não no sentido negativista, como expressei mais acima. Como tal, ele entende os fenômenos da sociedade contemporânea que o interessam com ênfase em valores como, por exemplo, liberdade, igualdade e democracia. A

individualização e o gosto pela novidade, características essencialmente modernas, cumprem um papel interpretativo preponderante na obra do autor. Além disso, Lipovetsky diagnostica que a nossa época está conciliada com os princípios basilares da modernidade: a democracia, os direitos humanos e o mercado. Segundo o sociólogo, não há mais quem se oponha a esses fundamentos: vive-se uma modernidade *consumada*, isto é, fazemos parte de uma sociedade democrática, laica, livre, etc.

Como objetivo mais amplo, temos a intenção de fazer uma análise da teoria do autor, privilegiando aqueles aspectos que se harmonizam com os estudos sobre a cultura de massa. Para sintetizarmos a produção intelectual de Lipovetsky em uma visão modernista e liberal, vamos nos dedicar a quatro pontos da sua obra que dizem respeito à cultura contemporânea.

Em primeiro lugar, vamos abordar a questão do *individualismo*. Para Lipovetsky, o indivíduo não se degrada e tampouco desaparece em um contexto de cultura massificada e consumista. Veremos que o autor aborda a questão de um ponto de vista diametralmente oposto a esse: as pessoas são cada vez mais individualizadas e individualistas. Individualizadas porque se desenvolvem segundo critérios pessoais, e individualistas porque valorizam mais a si mesmas do que aos outros.

No âmbito do individualismo, veremos ainda que é crescente a indiferença das pessoas em relação às outras. No entanto, mesmo que estejam cada vez mais centradas em si mesmas, ainda há um respeito profundo entre elas. Lipovetsky não ignora essa aparente contradição entre a individualização exacerbada e a compaixão crescente. Para o sociólogo, o próprio reconhecimento de si como indivíduo ocasiona que se reconheça *também* o outro individualmente. O resultado da individualização, portanto, não é uma indiferença generalizada entre as pessoas, como se nada mais importasse do que o próprio Eu. Pelo contrário: o sofrimento alheio é cada vez mais insuportável e intolerável aos nossos olhos do que era antes.

Entre os fenômenos da individualidade abordados pelo autor, chamaremos atenção ainda para a indiferença crescente pelos assuntos públicos e pela política. Isso, diz Lipovetsky, também é consequência do processo de individualização. Quando as pessoas se tornam mais autocentradas, diminui a energia que outrora investiam nos assuntos de relevância geral.

A apatia política é uma das formas dessa indiferença: os indivíduos não se apegam a nenhum partido e não têm nenhuma certeza absoluta quantos aos caminhos que a sociedade deva tomar. Deriva dessa indiferença uma nova forma de engajamento político, de características frívolas e efêmeras. Como as pessoas não têm mais nenhuma convicção solidamente fundamentada a respeito da sua própria militância política, seguem este ou aquele conjunto de orientações ideológicas, sem nenhum compromisso autêntico.

Esse tipo de engajamento frívolo é um dos responsáveis pela solidificação atual da democracia. Na medida em que a militância deixa de estar baseada em uma crença definitiva e passa a flutuar de acordo com o gosto do momento, também desaparece o engajamento revolucionário. Assim, já que não há mais quem tente subverter a ordem como um todo, a própria democracia deixa de estar ameaçada e se institui de fato e como valor permanente.

Depois desse primeiro momento, iremos sublinhar os aspectos mais importantes da *cultura contemporânea* abordados na obra de Lipovetsky. Com o termo cultura, entendemos os fenômenos espirituais e comportamentais que, segundo o sociólogo, tomam conta da nossa sociedade. O consumo, a publicidade e a moda são os casos de que iremos tratar.

Ao focar o assunto, veremos de que forma o autor associa a publicidade e a moda ao avanço da democracia e da individualidade. Teremos também a oportunidade de expor a tese de que o consumismo desenfreado favorece a autonomia das pessoas – o que, à primeira vista, parece absurdo. Veremos, pois, de que maneira Lipovetsky responde ao discurso de que a publicidade é uma forma de manipulação.

Ainda dentro do mesmo assunto, pretende-se explicar o que Lipovetsky entende por *moda*, e como ele amplia esse conceito para muito além do domínio do vestuário. O autor entende a moda contemporânea como um conjunto de características que remodelam toda a sociedade: o *efêmero*, a *sedução* e a *diferenciação marginal* constituem para ele uma *lógica da moda* ou uma *forma moda*.

Dos exemplos dados pelo filósofo a respeito disso, a indústria de equipamentos eletrônicos ou de automóveis ilustra com clareza a dinâmica da diferenciação marginal: são fabricados múltiplos modelos, de variados recursos, tamanhos e cores para agradar a variados consumidores. Todos os tipos de celebridades são exemplo, por sua vez, do efêmero: são alçadas ao estrelato de uma hora para outra e sua fama é passageira. Sobre a sedução, o melhor exemplo talvez seja encontrado nos políticos de hoje em dia: os candidatos não arrebanham mais eleitores pela pertinência das suas propostas, mas pela espetacularização de sua figura, resultado do trabalho publicitário de imprimir no político uma imagem simpática, descontraída, calorosa, etc.

Depois das questões do individualismo e da cultura contemporânea, vamos analisar as mudanças que culminaram na moralidade atual, chamada pelo autor de *ética pós-moralista*. Sobre o assunto, Lipovetsky faz uma divisão em três períodos históricos, de acordo com os critérios morais usados em cada uma dessas fases.

Em primeiro lugar, temos a era *teológica*, na qual os homens orientavam-se entre o bem e o mal de acordo com preceitos religiosos e por temer a Deus.

Depois disso, temos a era *laica moralista*, cujo intervalo histórico vai do início da modernidade até o século XX. Como indica o nome, a moralidade desse período passa por um processo de laicização, isto é, deixa de se orientar por critérios transcendentais e passa a ser função de um fator secular, terreno: a racionalidade. Por ser racional, a ética moderna também aspira à universalidade, a valores que sejam os mesmos para todos os homens. A ética

moderna é ainda moralista, o que equivale a dizer que ela de certo modo prega e impõe o que seja o bem e o mal. Assim, veremos que a era laica da moral vai ser orientada por um certo número de valores – nos termos modernos, “universais” – e que eles serão prescritos a toda a sociedade.

A terceira era é a chamada *pós-moralista*, que compreende o período que vai de meados do século XX em diante. Nessa fase, a ética não é nem transcendente, como no período religioso, nem moralista e universalista, como no período moderno: nos dias que correm, não se escolhe fazer o bem por medo da punição divina, nem os valores são pregados à maneira do moralista, como se devessem ser os mesmos para todas as pessoas no mundo. Na era atual, os valores são individualizados – isto é, valem para cada pessoa *especificamente* – e privatizados, no sentido de que o homem contemporâneo exalta o próprio bem-estar e conforto, os próprios desejos e a felicidade própria.

Dentro da questão da ética, o sociólogo também observa uma crescente onda de moralização dentro das empresas. De acordo com o autor, o domínio dos negócios tem sido cada vez mais invadido por preocupações morais. Lipovetsky admite, no entanto, que essa tendência não passa de uma utilização instrumental da moralidade, no sentido de que as virtudes são usadas com o objetivo de melhorar a imagem da empresa e, por consequência, vender mais. Mesmo reconhecendo o utilitarismo no mundo dos negócios, o autor vê nisso um sentido positivo, uma vez que a atitude das empresas ajuda a disseminar pela sociedade os valores que ela toma para si com objetivos financeiros.

Sobre esse fenômeno da moralização dos negócios, veremos ainda que Lipovetsky caracteriza três níveis de ética nos negócios, por meio dos quais se pode observar em que casos as empresas são moralmente más ou boas. Existem situações que demandam uma postura *absoluta*. Nos casos que dizem respeito, por exemplo, à saúde do funcionário no trabalho, a intervenção da empresa é imperativa. Há situações, por outro lado, que não exigem

uma atitude tão drástica. Vender ou não vender cigarros, por exemplo, não é uma decisão incondicional, assim como o é proteger a saúde do funcionário. Temos aí a *ética indeterminada*. O terceiro nível é o da *ética facultativa*. Incluem-se nesse tipo as ações altruístas como, por exemplo, a criação de fundações de ajuda. Nesse nível, a decisão não é absoluta, como proteger a saúde dos funcionários, nem indeterminada, como no caso da venda de cigarros.

O quarto aspecto da obra do autor que será analisado é a noção contemporânea do *feminino* e as características do que Lipovetsky chama de *terceira mulher*. No decorrer dos últimos cem anos, observa o sociólogo, assistimos a uma mudança na relação histórica de dependência da mulher diante do homem, com o gradual desaparecimento da submissão no relacionamento entre os dois sexos. A tendência à autonomia das mulheres é flagrante, e elas cada vez mais constroem as suas vidas de acordo com escolhas individuais. Dentro desse assunto, procuraremos explicar como Lipovetsky associa o avanço do igualitarismo e de uma cultura de valorização da individualidade à emancipação da mulher.

Além disso, veremos de que modo o autor interpreta o aparente paradoxo da manutenção dos papéis sexuais em uma cultura igualitária. Lipovetsky reconhece que as diferenças entre masculino e feminino vêm diminuindo, mas ele não subscreve a tese de que, num futuro próximo, homens e mulheres farão parte de um todo sexualmente indefinível. A tendência democrática que igualou as condições e oportunidades para os dois sexos não vai até o seu limite: continua-se associando os homens aos papéis mais públicos e aos postos mais altos nas empresas, enquanto que as mulheres permanecem ligadas a atividades mais privadas e afetivas. Veremos que Lipovetsky nega que isso seja uma contradição: com efeito, a igualdade não é plena porque a mulher *deseja* permanecer nesses papéis, ou, em outras palavras, esses papéis condizem com as suas expectativas. As mulheres contemporâneas – como, de resto, os indivíduos em geral – valorizam a sua própria independência, mas, no caso

feminino, isso não se choca com uma vontade de manter aquelas características que, ao longo dos séculos, constituíram a feminilidade.

Dado que nos interessam esses aspectos, que são relevantes para a análise da cultura de massa ou de consumo, a questão do “luxo” será deliberadamente excluída. É importante ressaltar isso porque o autor vem ganhando mais espaço justamente por tratar do assunto, e o seu interesse no fenômeno é crescente. O motivo da exclusão é que Lipovetsky fundamenta sua interpretação do luxo nas descobertas da antropologia. O fenômeno remonta ao homem primitivo: não é moderno, nem contemporâneo e tampouco se vincula na origem aos problemas da cultura de massa.

Feito o sumário do que será abordado, cabe justificar a pertinência do trabalho.

Um esboço da obra do autor é necessário porque o seu nome tem vindo cada vez mais à tona quando se trata de discutir certos temas culturais contemporâneos. Para dar um exemplo, Lipovetsky é freqüentemente lembrado quando se debate social e filosoficamente a moda.

Além disso, a visão do autor – que alguns classificariam de otimista, e que o próprio Lipovetsky definiria como realista – de certo modo legitima a nossa cultura, e por isso é necessário resumi-la para uma crítica posterior. Quando os fenômenos culturais são retratados na obra do sociólogo, eles ganham força, uma vez que Lipovetsky coloca à margem as características negativas de nossa época. Objeções à sua obra, portanto, funcionam indiretamente como objeções à cultura de consumo como tal. Aquilo que está ruim não irá melhorar se não for criticado, e o elogio leva à estagnação. Por esse motivo é que julgamos necessários o esboço e a crítica da obra de Lipovetsky.

No tocante à metodologia, este trabalho se constitui integralmente de uma pesquisa bibliográfica, fazendo uma revisão da obra do autor com o objetivo de apreender seu pensamento sobre os aspectos já referidos.

Em relação à estrutura do texto, teremos seis capítulos. No primeiro deles, faz-se uma breve exposição com alguns exemplos de teorias que abordam a cultura de massa. Uma vez que a bibliografia sobre o tema é extensa, seleciona-se dois pensadores relevantes do século XX, cada um contemplando um lado da teoria mais progressista da sociedade e cultura de massa: Edward Shils, liberal, e Alan Swingewood, marxista.

Do segundo ao quinto capítulos, trata-se daqueles quatro aspectos já mencionados da obra do autor. Por último, com base do referencial bibliográfico, faz-se uma crítica a sua obra como um todo. Depois disso, conclui-se retomando o percurso do trabalho, verificando se o resumo esboçado se ajustou às nossas pretensões de crítica, e procurando avaliar se a teoria do autor realmente justifica as objeções feitas.

2 O CONTEXTO DA TEORIA DA CULTURA DE MASSA

Peter Sloterdijk escreve que, não importando quem seja responsável pela fabricação dos discursos sobre os atuais sistemas sociais e suas populações, a questão é que, conscientemente ou não, os intelectuais fazem uma opção entre ofender um grande número de pessoas ou adúlá-las e seduzi-las (SLOTERDIJK, 2002). Lipovetsky faz parte do segundo grupo.

Mas a sua obra, cujos aspectos principais iremos resumir nos capítulos seguintes, é caracterizada por uma maneira de avaliar a cultura e a sociedade de massa que não é a única, como se pode deduzir da asserção de Sloterdijk. O liberalismo progressista do sociólogo francês contrasta com uma concepção mais sombria, que caracteriza em grande parte a teoria da cultura de massa e pela qual ela, a teoria, se tornou mais conhecida. Na divisão feita por Sloterdijk, esses pessimistas fazem parte do grupo daqueles que desprezam as massas. No decorrer deste capítulo, faremos um esboço da teoria cultural pessimista, cuidando em chamar atenção para aqueles aspectos que contrastam com o ponto de vista de Lipovetsky.

Depois de caracterizarmos esse “lado” da teoria da cultura de massa, faremos um pequeno sumário das idéias de dois intelectuais sobre o assunto. São eles: Alan Swingewood e Edward Shils. Os dois exemplificam a concepção mais progressista da teoria, assim como Lipovetsky. Embora neguem em conjunto o pessimismo teórico, os dois têm as suas divergências. Swingewood segue a vertente marxista, enquanto Shils é de orientação liberal. O fato de serem opostos dentro de um mesmo lado da teoria é o principal motivo para termos escolhidos esses dois nomes.

No caso de Shils, ainda há outra razão para expormos suas idéias. A sua visão da cultura de massa é muito similar à de Lipovetsky. Em linhas gerais, o pensamento desses dois

estudiosos é muito parecido. A presença de Shils neste trabalho é, portanto, ainda mais importante.

O objetivo desse capítulo é mostrar o quanto as idéias de Lipovetsky destoam daqueles pontos pelos quais a teoria da cultura de massa ganhou fama. Além disso, pretendemos ainda mostrar que a sua concepção, longe de ser totalmente original, compartilha um fundamento similar àquele que sustenta as idéias de Edward Shils.

2.1 A teoria pessimista da cultura de massa

A entrada das massas é o fenômeno social que subjaz à teoria da cultura de massa. Esse ingresso significa que aqueles que antes não estavam plenamente integrados ao centro da sociedade agora estão. Dwight Macdonald afirma que foi “apenas para os fins do século XVIII, na Europa, que a maioria do povo começou a desempenhar parte ativa quer na história quer na cultura” (MACDONALD, 1971, p. 80). Com efeito, esse processo de incorporação das massas ao centro da sociedade se torna mais visível nas primeiras décadas do século XX, especialmente naqueles anos que separam as duas guerras mundiais.

O “centro” da sociedade significa o lugar do poder, dos privilégios, da voz, daquilo, em suma, que antes era restrito a poucos. “Há um fato que, seja para o bem ou para o mal, é o mais importante na vida pública européia no momento. Esse fato é o advento das massas ao pleno poderio social” (ORTEGA Y GASSET, 2002, p. 41). Ortega y Gasset caracteriza esse ingresso das massas com eventos concretos aparentemente triviais: as cidades estão cheias de gente, os hotéis, cheios de hóspedes, os trens, cheios de gente, os espetáculos, cheios de espectadores, as praias, cheias de banhistas.

De repente a multidão tornou-se visível, instalou-se nos lugares preferenciais da sociedade. Antes, se existia, passava despercebida, ocupava o fundo do cenário social. Agora antecipou-se às baterias, tornou-se o personagem principal. Já não há protagonistas: só há coro (ORTEGA Y GASSET, 2002, p. 43)

Há uma democratização dos benefícios produzidos pelo artifício humano, bem como do reconhecimento cultural da dignidade de todos. Realiza-se aquilo que Sloterdijk chama de “democracia da distinção”, que expressa um dos paradoxos da nossa era que é o fato de o privilégio (que, por definição, significa *vantagem*) ser estendido a todos. (SLOTERDIJK, 2002, p. 90).

Segundo os autores que subscrevem a teoria pessimista da cultura, esse fenômeno do ingresso das massas tem o seu correlato cultural. A partir do momento em que passam a desfrutar dos privilégios produzidos pela civilização, as multidões induzem a uma mudança espiritual, que atinge aqueles que vivem nos centros urbanizados. Em outras palavras, toda a cultura da época se conforma ao espírito das massas. Para os teóricos em questão, o corolário dessas mudanças – cujos aspectos principais esboçaremos logo em seguida – é em geral negativo.

Há certos fatores que contribuíram para o ingresso das massas ao centro da sociedade. Daniel Bell, que não compartilha do ponto de vista pessimista do assunto, atribui o fenômeno à revolução nos meios de transportes e comunicações, que trouxe a possibilidade de um contato mais estreito e novo entre as pessoas; e à divisão do trabalho, que conduziu à interdependência dos homens dentro das fábricas (BELL, 1980). O resultado desses fatores é que a sociedade está mais “unida”, no sentido de que aquilo que afeta uma parte atinge ao mesmo tempo o todo. Ora, esse estreitamento integra, por definição, todos, inclusive as massas.

Esses fatores concretos acima mencionados – a revolução nos transportes, nas comunicações e no trabalho – provocaram o que os teóricos pessimistas identificam como padronização da vida. Os estilos de ser, veiculados pelo conjunto dos meios de comunicação

de massa, passam a atingir um grande número de pessoas, ou “o mais vasto público da História”, para usar as palavras de Bell (BELL, 1971, p. 56). Ocorre, então, uma nivelção entre os diferentes modos de ser e de pensar que diversificam a natureza das pessoas.

A produção e o consumo de massa também contribuíram para tornar possível a aproximação desses estilos de vida. O antigo desnível entre os estratos sociais deixou de existir com a democratização do acesso aos bens de consumo. Se antes algo distinguia esses estilos entre si, agora eles se tornaram similares, e, no limite, homogêneos.

A partir de 1920, as distinções entre ricos e pobres foram modificadas ou mascaradas com paliativos; as grandes propriedades tornaram-se mais pequenas, e a alta sociedade foi substituída pelo Olimpo das celebridades. Modos típicos de se vestir e de viajar foram, em grande parte, eliminados. Mantém-se algumas diferenças, mas é mais uma questão de grau do que de espécie, mais de quantidade do que de qualidade (BELL, 1971, p. 27)

O contato entre as pessoas através de meios de comunicação de massa se torna superficial, isto é, já não é mais motivado por valores comuns. A união passa a ser momentânea, fortuita, e destituída de sentido. Caracterizando esse processo em uma fase mais avançada, correspondente ao que ocorre nos nossos dias, escreve Peter Sloterdijk:

As massas atuais (...) entraram num regime no qual o caráter de massas não se expressa mais na reunião física, mas na participação em programas de meios de comunicação de massa. (...) A consequência disso é que as sociedades de hoje (...) não mais se orientaram primariamente pelas suas próprias experiências corporais, mas se observam apenas por meio de símbolos das comunicações de massa, de discursos, modas, programas e celebridades (SLOTERDIJK, 2002, p. 19-20)

Se a orientação passa a se dar segundo símbolos veiculados pelos meios de comunicação de massa, então a própria individualidade se esvai. Conforme esses teóricos, as pessoas deixam de ser elas mesmas para assumir os caracteres que definem o homem médio. De agora em diante, já não há mais indivíduos, mas somente homens-massa, para usar uma terminação de Ortega y Gasset.

Se essa nivelção acontece em primeiro lugar somente na superfície dos modos de vida de cada um, mais tarde ela vai modificar também os componentes morais de fundo da sociedade (BELL, 1971). Ocorre, então, o rompimento dos laços familiares e comunitários, e as crenças e os valores comuns que antes solidificavam a união entre as pessoas passaram a ser questionados. Desse modo, afirma Bell, apesar de toda a integração tecnológica da sociedade e a democratização do acesso aos bens de consumo, os indivíduos não estão mais unidos, e, sim, mais afastados uns dos outros (BELL, 1980). O resultado desse esvaziamento espiritual é que isso pode conduzir a uma crise moral na sociedade, como observa Dominic Strinati em um resumo da teoria pessimista da cultura:

De acordo com a teoria da sociedade de massa, as pessoas são atomizadas social e moralmente. Os contatos entre elas, além de formais e contratuais, não exigem um sentido moral, uma vez que a ética encontra-se em declínio. O importante a ser ressaltado é que, se não houver uma estrutura moral apropriada e valores consistentes, então uma ordem espúria e ineficaz emergirá, e as pessoas se voltarão para uma falsa moral. O que agravaria a crise moral da sociedade (STRINATI, 1999, p. 24)

Segundo Dwight Macdonald, a questão da cultura de massa (ou “massicultura”, para usar o neologismo empregado pelo autor) é parte de um problema mais amplo, que diz respeito justamente às massas. Para Macdonald, a tendência da moderna sociedade também é a de transformar os indivíduos em massas, em pessoas destituídas de especificidades, “incapazes de exprimir a sua qualidade humana, porque não estão ligadas umas às outras, nem como indivíduos nem como membros de uma comunidade” (MACDONALD, 1971, p. 74). A ligação se dá por algum fator impessoal, abstrato.

Essa ligação entre as pessoas constitui um importante ponto da teoria da cultura de massa. Para os intelectuais pessimistas, como Macdonald, a vida moderna atomiza os indivíduos – isto é, isola uns dos outros – e impessoaliza as relações. Esse tipo de organização teria seu oposto nas comunidades orgânicas pré-modernas ou pré-industriais. Essas comunidades, segundo uma caracterização de Salvador Giner, estariam baseadas em

sentimentos de identificação entre seus membros, em lealdade, afeto, tradição e emoções coletivas (GINER, 1979).

O diagnóstico de Macdonald – tal como apontou mais acima Strinati, só que com outros termos – é que a moralidade passa a se conformar ao padrão espiritual dos membros mais primitivos da sociedade, assim como acontece com o gosto estético. A visão de Macdonald deixa claros dois pontos importantes da teoria pessimista, que são a perda da moralidade na sociedade e a decadência dos padrões culturais que, segundo os autores em foco, caracterizavam a sociedade que precedeu ao ingresso das massas.

Uma sociedade de massa, tal como uma multidão, está apenas em embrião e é incapaz de criar. Os átomos que a compõem não coexistem com base nas preferências ou nas tradições individuais e tão-pouco com base nos interesses, mas de modo puramente mecânico (...). A moralidade da sociedade de massa desce ao nível dos membros mais primitivos – uma multidão cometerá atrocidades que pouquíssimos dos seus membros cometeria como indivíduos – e seu gosto ao nível do menos sensível e do mais ignorante (MACDONALD, 1971, 76)

Além da ligação entre as pessoas, outro ponto que caracteriza a teoria pessimista é uma definição do tipo do homem que nivela por baixo os padrões culturais da sociedade moderna. Com base em Ortega y Gasset, Salvador Giner compila uma série de características que definem esse homem-massa (GINER, 1979).

Para Ortega y Gasset, esse tipo se define pela mediocridade. Tanto no sentido estatístico, porque a multidão está composta de uma maioria medíocre, quanto no sentido qualitativo, porque o homem-massa é um *tipo* de mentalidade, a mentalidade média, que caracteriza a maior parte das pessoas. O homem-massa também é conformado. Esse tipo não valoriza a si mesmo, além de se sentir como todo mundo. A sua intenção é parecer-se com a maioria, embora ele não se esforce muito para consegui-lo.

O homem-massa é caracterizado ainda pela vulgaridade, isto é, não busca nenhum tipo de perfeição. Ele também desrespeita as tradições que garantiram ou favoreceram a

liberdade. Segundo Ortega y Gasset, sem o amparo das tradições, as ambições desse tipo de homem se tornam limitadas. O homem-massa também domina todos os aspectos da vida moderna. Ele é o árbitro da política, da arte, da economia, da religião, etc, de modo que as minorias estão sob o seu jugo. O homem-massa é caracterizado ainda pela auto-satisfação, que é uma forma de arrogância que lhe impede de reconhecer outra autoridade moral que não seja ele mesmo. Esse tipo também é primitivo, isto é, vive em civilização como se estivesse na natureza. Giner ilustra esse ponto afirmando que o homem moderno usa um automóvel da mesma forma que um primitivo colheria uma fruta em uma árvore (isto é, pensando no artifício como algo natural, que sempre esteve ali, à disposição, como se não fosse produto de uma arte complexa).

Finalmente, o homem-massa é um bárbaro. De acordo com a caracterização de Ortega y Gasset, esse tipo invade, domina e destrói. O homem-massa ignora tudo que esteja fora de seu estreito campo de atenção e despreza tudo aquilo que não consegue compreender.

Se os homens-massa são depreciados pelo pensamento pessimista, o conjunto deles – ou seja, a massa como um todo – também o é. Conforme as várias caracterizações que recebeu dos teóricos em foco, a massa aparece como um conjunto humano indiferenciado, formado pelas pessoas que se alienaram de si mesmas para fazer parte do todo; como grupo sem apreço pela tradição, pelo qual as pessoas dão vazão aos seus desejos vitais e no qual se tornam “crianças mimadas”, para usar uma expressão de Ortega y Gasset; a massa também pode aparecer como a própria sociedade mecanizada, pela qual os homens são regulados e em que se tornam simples peças cumpridoras de alguma função; ou, ainda, como a sociedade burocratizada, em que a racionalização atingiu o extremo de seu projeto, organizando e compartimentando todos os âmbitos da vida e tornando os homens coisas; a massa pode aparecer ainda como uma multidão propensa a agitações, em que os afetos irracionais dos homens deixam de ser contidos.

Outro ponto importante a respeito da massificação concerne à conversão da cultura em mercadoria. Essa mudança, que ocorre no século XX, é apontada pelos teóricos da Escola de Frankfurt. Os frankfurtianos designaram o resultado desse processo com a expressão "indústria cultural", que, de acordo com Rüdiger, designa "uma prática social, através da qual a produção cultural e intelectual passa a ser orientada em função de sua possibilidade de consumo no mercado" (2001, pg. 138).

A democratização da cultura prometida pelo progresso dos meios técnicos – tese que os teóricos otimistas subscrevem – chegou a ser percebida pelos frankfurtianos, especialmente no que diz respeito a Walter Benjamin e Siegfried Kracauer. No entanto, como observou Adorno, esse potencial democratizante é contido pela exploração capitalista (RÜDIGER, 2001).

Essa crítica pessimista da cultura sob a massificação e o consumismo tem os seus opositores. Trata-se, agora, de enunciar alguns aspectos importantes de dois desses intelectuais que rechaçam as teorias acima esboçadas: Alan Swingewood e Edward Shils.

2.2 Alan Swingewood

Em *O Mito da Cultura de Massa*, Alan Swingewood rastreia a gênese da teoria da sociedade de massa, identificando o ponto de partida como a segunda metade do século XIX. Segundo ele, o surgimento da teoria coincide com duas tendências importantes que marcaram o período: por um lado, a ascensão econômica da classe burguesa e, por outro, o surgimento do movimento da classe operária e da teoria socialista. Nesse contexto, a dinâmica de integração das massas ao centro da sociedade é vista pela teoria como uma consequência

nefasta de princípios que a própria revolução burguesa conservou, que são os princípios democráticos de governo.

As primeiras teorias de sociedade de massa são, então, defesas da classe política dominante (a aristocracia ou a burguesia) contra o espírito democrático dos estratos subordinados, e a reafirmação de hierarquias sociais rigidamente definidas, nas quais as decisões continuam como prerrogativa das elites (SWINGEWOOD, 1978, p. 6)

Para Swingewood, além de significar uma reação da classe política dominante, a teoria da sociedade de massa apresenta outro problema: em nenhuma das formas dessa teoria é mencionada a relação entre cultura e a estrutura econômica da sociedade. O autor afirma que a separação desses dois campos – o da cultura e o da produção dos meios de subsistência – é superficial, porque ignora a dimensão histórica da cultura. Segundo ele, “a cultura é analisada em categorias idealistas e fora da história” (SWINGEWOOD, 1978, p. 24). Devido a isso, a cultura passa a ser considerada nos seus próprios termos, se torna um âmbito autônomo da atividade humana.

De acordo com o autor em questão, a cultura não existe fora das determinações específicas de cada formação social e dos diversos níveis que compõem cada uma delas – ou seja, educação, política, economia, etc. Para Swingewood, é impossível separar a cultura dessas estruturas. “É a indústria, o modo específico de produção, não a arte, a literatura, a filosofia ou a religião, que determina a quantidade e a qualidade do desenvolvimento cultural”, escreve ele (SWINGEWOOD, 1978, p. 25). Esse tipo de abstração do conceito de cultura que caracteriza a teoria é, então, associado, de acordo com Swingewood, a uma rejeição do desenvolvimento material da sociedade, sem o qual não se pode falar em uma cultura universal autêntica.

Para Swingewood, trata-se não de rejeitar o desenvolvimento tecnológico e tampouco de compartimentar o conceito de cultura em uma “gaveta” abstrata, mas de conceber o conceito de modo que ele abarque aspectos mais largos da vida humana.

O ponto importante sobre cultura (...) está em seu caráter ativo, histórico: uma definição ampla, e não estrita, que retrate as práticas sociais do homem, seus valores e significados associados às instituições sociais como os sindicatos e os partidos políticos, onde as ações, as idéias, os valores e o conhecimento estejam fundidos num todo orgânico ou orientados por algum conceito de “sociedade alternativa” (SWINGEWOOD, 1978, p. 36)

No entanto, lembra ele, a maneira como se relacionam cultura e substrato material da sociedade não é unívoca, não há uma relação de causa e efeito, como pode parecer à primeira vista. A relação aqui é dialética – isto é, um fator determina o outro e vice-versa. A cultura, recomenda o autor, não pode ser caracterizada como um epifenômeno. Ou seja, a cultura não é algo menor que surge *a partir* de uma determinada configuração material da sociedade. O conceito de cultura, portanto, não deve ser compartimentado em um âmbito abstrato e tampouco ser considerado simples reflexo das forças materiais que movem a sociedade.

Para o autor, o problema da teoria é que ela demonstra uma noção determinista dessa relação entre certas tendências sociais e a cultura. O rumo democrático que as sociedades capitalistas tomam conduz *necessariamente* para o aviltamento dos padrões culturais “elevados” de outrora, segundo a teoria que Swingewood critica.

Esta idéia de que as massas ameaçam a “alta cultura” como conseqüência das tendências democráticas da sociedade capitalista, que eliminam as elites culturalmente criadoras, pressupõe algum tipo de ajuste automático entre mudança econômica e desenvolvimento cultural. É claro que, à medida que o modo de produção e as relações sociais são revolucionadas pelo capital privado, tanto a estrutura política quanto a social se transformam – mas não mecanicamente; a mudança é desequilibrada e contraditória (SWINGEWOOD, 1978, p. 81)

Swingewood afirma ainda que as versões da teoria da cultura de massa apresentam, antes de uma análise científica, uma análise moral, que é evidenciada pelo uso das expressões “alta cultura” e correlatas, em que o juízo de valor mal consegue ser disfarçado. Segundo o autor, a tese do declínio cultural falha porque romantiza o passado, mitifica sociedades

iletradas apresentado-as como se fossem culturalmente sofisticadas como um todo. Citando o hábito da leitura, Swingewood afirma que:

Qualquer discussão do chamado “declínio cultural” de um ponto alto no século XVIII ou mesmo no século XIX tem que levar em consideração o fato de que o público leitor sempre preferiu a diversão com a ficção popular aos produtos mais sérios da alta cultura (SWINGEWOOD, 1978, p. 83)

Além disso, a demonização das massas – porque seriam elas que exigem o nivelamento por baixo da cultura – não tem amparo factual, segundo o autor. “A história da cultura capitalista em todas as suas formas revela claramente que os estratos educados e cultos acompanharam as massas lado a lado na exigência de entretenimento e diversão”, afirma Swingewood (SWINGEWOOD, 1978, p. 91). Ou seja: detectar o declínio cultural a partir dos hábitos massivos de consumo de produtos culturais não pode ser elevado à condição de argumento, porque é empiricamente falso.

Swingewood, antes de demonstrar apreço pela sociedade e cultura de massas de nosso tempo, é um crítico dos pessimistas. Para ele, esse lado da teoria é falho em diversos pontos, porque não condiz com a realidade. Mas, além de demonstrar os déficits da teoria pessimista, o autor propõe ainda a tese de que ela se baseia em uma mitificação das massas. Segundo ele, há uma incongruência entre a divulgação de uma cultura plenamente universal – que seria a cultura massificada – e as exigências do capitalismo, que é uma forma de organização social assentada na dominação de uns pelos outros e na crença de um governo das elites.

Não existe cultura de massa ou sociedade de massa; mas existe uma ideologia da cultura e da sociedade de massa. A dominação capitalista se baseia, obrigatoriamente, em muito mitos, pois é um modo de produção baseado na exploração do trabalho e em sua transformação numa mercadoria: a realidade do capitalismo precisa ser ocultada e mascarada e as relações sociais de produção transformadas em condições naturais, e não históricas. A função do mito na legitimação ideológica é eliminar a base histórica das instituições e dos processos, e criar, na consciência popular, uma aceitação dos fatos inevitáveis da desigualdade de classes e do poder de classe. O conceito de cultura de massa é, então, igualitário em sua ideologia, muito embora,

como um conceito genuinamente científico, seja estático e a-histórico. Significativamente, sua essência igualitária contrasta com sua função objetiva de desenvolver um dualismo entre o indivíduo e os valores culturais incorporados na produção de mercadorias (SWINGEWOOD, 1978, p. 98-99)

O mito aqui é aquilo que disfarça a realidade, que, para Swingewood, é uma realidade de desigualdade entre as pessoas. A massa supõe um tudo indiferente, homogêneo – em outras palavras, não há opressão dentro da massa. Já a cultura massificada supõe que todos e cada um tenham a mesma possibilidade de acesso aos bens culturais. Eis portanto, para o autor, os pontos em que a cultura de massa é um mito.

Swingewood, em suma, critica a teoria da cultura de massa por dois flancos: um, mais neutro, em que o amparo empírico da teoria é revelado em toda a sua fragilidade; e outro, mais de acordo com a sua visão marxista, em que a teoria é associada a uma forma de ocultação do domínio de uns pelos outros no modo capitalista em que a sociedade está organizada.

2.3 Edward Shils

Edward Shils é um crítico da visão negativa da massificação social. Ele dizia que a sociedade de massa não passava de um fantasma que assombrava os sociólogos. Esse espectro que rondava a mente sociológica tem, por outro lado, uma conotação oposta para Shils. Para ele, o fantasma da integração da maioria ao centro da sociedade – definido pelo autor como as instituições centrais da sociedade (governo, partidos, escolas, associações, etc.) e os sistemas de valor que legitimam e guiam essas instituições – tem uma série de pontos positivos. Justamente essa avaliação positiva do fenômeno é o que pretendemos mostrar.

Antes disso, no entanto, é necessário dizer em que Shils se opõe aos pessimistas. Para ele, essa teoria mais conservadora é baseada em uma imagem falsa da sociedade ocidental. Segundo o autor, os pessimistas partem de distorções de certos aspectos liberal-democráticos das grandes sociedades contemporâneas, além de postular – isto é, apresentar sem demonstrar – uma organização pré-moderna da sociedade inteiramente consensual e integrada, unida por certas crenças religiosas comuns que dão sentido a cada aspecto da vida. Para ele, o contraste feito pelos teóricos pessimistas entre as sociedades perfeitamente ordenadas acima descritas e o mundo de hoje falha primeiramente porque não vê que o fenômeno da massificação é mais amplo do que pode dar a entender esse contraste, e, em segundo lugar, porque a sociedade de massa não poderia continuar existindo se correspondesse ao grau de desorganização que os teóricos pessimistas lhe atribuem. Shils afirma que o único mérito dessa teoria é que ela assinala, mesmo que deficientemente, um fenômeno importante, que é justamente o ingresso das massas ao centro da sociedade. A teoria pessimista da sociedade de massa é índice de que algo efetivamente estava mudando.

Para o autor, o ingresso das massas ao centro da sociedade tem um conjunto de características positivas. O afrouxamento do poder da tradição, a acentuação da dignidade de todas as pessoas e a intensificação da individualidade são três importantes pontos que fazem parte desse conjunto.

A diminuição do poder da tradição e de sua ascendência sobre a sociedade tem relação com o aumento da dignidade humana, isto é, com um crescimento da consideração que a sociedade têm em relação a todas as pessoas. Segundo o autor, ao mesmo tempo em que diminuiu a autoridade da tradição em aspectos relevantes da vida humana, ocorreu a acentuação da dignidade de *todos* os homens, independente da posição que ocupam dentro da sociedade e do prestígio tradicional conferido a eles.

A dispersão do carisma, do centro para fora, tem-se manifestado numa maior ênfase posta sobre a dignidade e sobre os direitos individuais. Esta extensão nem sempre chega até à esfera dos fenômenos políticos, mas revela-se claramente na atitude para com as mulheres, os jovens e os grupos étnicos que se encontram numa posição de desvantagem (SHILS, 1971, p. 154)

Em outras palavras, se antes o carisma, ou o apreço que cada pessoa tem perante a sociedade, era um privilégio conferido pela tradição, agora se torna uma prerrogativa de todos, evidenciada pelo modo como as minorias antes alijadas de apreço se tornam cada vez mais respeitadas e reconhecidas. Shils vê nesse fenômeno sinais de um igualitarismo moral: os homens, independente de qualquer coisa, se tornaram dignos. “A santidade que todo o homem possui, enquanto membro da sociedade, está hoje mais reforçada do que outrora”, escreve ele (SHILS, 1971, p. 155).

Além disso, a integração das massas ao centro provocou uma acentuação do sentimento de individualidade. Segundo Shils, esse novo tipo de sociedade libertou as escolhas dos homens do peso da tradição e da autoridade. A sociedade massificada fez florescer certas capacidades individuais antes aprisionadas por uma organização social que não deixava margem para as iniciativas autônomas.

A sociedade de massa despertou e intensificou a individualidade. [...] A sociedade de massa libertou as capacidades intelectuais e morais do indivíduo. Porções mais amplas da população têm aprendido, conscientemente, a apreciar os prazeres da vista, do ouvido, do gosto, do tacto e do convívio. A gente executa mais livremente escolhas em muitas esferas da vida; escolhas que não brotam necessariamente da tradição, da autoridade ou da necessidade (SHILS, 1971, p. 155-156)

Esse fantasma da sociedade de massa assume, como já vimos, uma conotação desordenada no pensamento dos sociólogos. Shils, por outro lado, argumenta que a massificação e a desordem não são sinônimos. Muito pelo contrário, segundo o autor: a sociedade massificada produziu a difusão, em uma amplitude nunca antes vista, de certos valores que cimentam a ordem social. Esses valores são aqueles que compõem o “centro” da

sociedade. E a definição do que seja esse centro é importante para entendermos como ele constrói o seu argumento de que a massificação e a ordem andam juntas.

Para Shils, esse centro não é uma coisa, mas uma espécie de fenômeno, e que ele *não* está espacialmente localizado. Na definição do sociólogo, o centro é mais ou menos como a religião oficial de uma sociedade. É, portanto, algo imaterial.

O centro, ou a zona central, é um fenômeno do campo dos valores e crenças. É o centro da ordem dos símbolos, valores e crenças que governam a sociedade. [...] O centro também é um fenômeno do campo da ação. É uma estrutura de atividades, de papéis e indivíduos inserida em uma rede de instituições. E é nesses papéis que os valores e crenças centrais são incorporados e expostos (SHILS, 1961, p. 117)¹

Esses valores e crenças centrais são caracterizados preponderantemente pela afirmação da autoridade estabelecida. Shils afirma que, não importa o quão liberais sejam as sociedades, sempre vai haver um mínimo de consideração pela autoridade. Essa consideração se evidencia, entre outras coisas, pela apreciação das instituições pelas quais essa autoridade regula a sociedade e por meio das quais suas regras são enunciadas. As instituições centrais – além de propagar, por definição, os valores centrais – podem ser descritas como aquelas que, pela irradiação de sua autoridade, dão sentido à vida de uma parte da população que com elas esteja em contato. Instituições econômicas, políticas, eclesiais e culturais – que impelem certas condutas, seja por coerção ou por persuasão – são algumas dessas instituições, nos diz Shils.

O centro e sua atitude de consideração pela autoridade estabelecida estão, por sua vez, fundamentados em algo mais profundo, que é a ordem. “A autoridade é o agente da ordem”, escreve Shils (SHILS, 1961, p. 119). Nesse sentido, o centro trabalha para a manutenção da ordem estabelecida, e não para desintegrá-la.

¹ Tradução do autor. Esta nota vale para os trechos seguintes vertidos de outra língua.

Mesmo que tenha esse sentido conservador, o centro não é associado por Shils a alguma manobra *deliberada* para a manutenção da ordem. Para o autor, a questão é mais profunda: os valores centrais estão baseados em uma necessidade que não diz respeito à sociedade, mas ao homem, e que não tem que ver com privações materiais, mas espirituais.

A existência de um sistema de valores centrais repousa fundamentalmente na necessidade que os seres humanos têm de ser incorporados em algo que transcende e transforma as suas existências individuais concretas. Os seres humanos têm necessidade de estar em contato com símbolos de uma ordem cuja dimensão é maior que seus próprios corpos e que está mais centralizada na estrutura última da realidade do que as suas rotinas do dia-a-dia (SHILS, 1961, p. 121)

Segundo Shils, esses valores centrais são, em geral, largamente compartilhados pela sociedade, embora o consenso em torno do centro nunca seja perfeito. No entanto, a qualidade e a quantidade de contato das pessoas com esse centro variam de uma época a outra. Em tempos pré-modernos, segundo Shils, a grande massa da população estava apartada do campo de influência desse centro. Isso equivale a dizer que a ordem que emanava desses valores centrais não fosse algo considerado pela maioria. Já na modernidade, grande parte da população passou a ter contato com esses valores centrais, devido, entre outros fatores, à unificação econômica e política (isto é, já não era mais possível viver separado dos constrangimentos que o Estado impingia, como impostos, por exemplo), à democracia, à urbanização e à educação. Com isso, a ordem propagada por aqueles valores centrais passou a ser compartilhada por um número maior de pessoas.

Sociedades modernas de larga escala repousam em uma tecnologia que elevou o padrão de vida e que integrou a população em uma economia mais unificada. Com essas mudanças, as sociedades testemunharam uma participação mais ampliada no sistema de valores centrais, por meio da educação, e nas instituições centrais, por meio da cidadania e da comunicação de massa. (...) Na sociedade moderna, como consequência desse maior envolvimento com o sistema de instituições centrais – especialmente as econômicas e políticas –, a massa da população não está mais fora de contato com o sistema de valores centrais. As massas, em uma amplitude sem precedentes, passaram a sentir o sistema de valores centrais como o seu próprio sistema (SHILS, 1961, p. 127)

Segundo Shils, essa apropriação dos valores centrais pelas massas provocou um processo civilizador. Ao “participar” da sociedade – por meio do contato com o centro –, as massas passaram a se sentir responsáveis pela manutenção da ordem e atentas à observação das regras da autoridade. O compartilhamento desses valores centrais pela maioria da população é justamente o que embasa a argumentação de Shils de que a sociedade massificada não é desordenada.

Veremos alguns pontos do pensamento desse autor reeditados na obra de Lipovetsky, cujos aspectos principais iremos resumir. Entre outras coisas, o florescimento da individualidade em um contexto de sociedade de massa e o solo comum de valores que mantêm a ordem nas sociedades contemporâneas – que vimos mais acima em Shils – são dois pontos bem importantes do pensamento de Lipovetsky. O sociólogo francês também dirá que as individualidades (ou as especificidades de cada pessoa) não desaparecem sob a força da massificação, mas que, pelo contrário, são cada vez mais afirmadas. Embora constate o fenômeno do pós-moralismo – que, como veremos, não se trata de um vazio ético, mas de uma nova *forma* de os homens se relacionarem com a moralidade –, Lipovetsky argumentará pela permanência de certos valores na sociedade e do consenso largamente amplo em torno deles. E é também nesse ponto que o sociólogo francês se aproxima da obra de Shils.

3 INDIVIDUALISMO

O individualismo e a sua valorização na cultura contemporânea são fenômenos que contradizem a tese de que o processo de massificação agrupe os humanos em um todo indiferenciado. As especificidades de cada um, segundo Lipovetsky, não desaparecem, mas, pelo contrário, são cada vez mais afirmadas nesse ambiente consumista que caracteriza a nossa época. No presente capítulo, vamos mostrar de que modo a individualidade é estimulada e quais são as suas conseqüências. A consideração desse ponto, portanto, é importante para explicitar a oposição do autor em foco em relação às teses pessimistas da teoria da cultura de massa. Esse é, então, o objetivo maior deste capítulo: tornar clara a diferença entre o pensamento de Lipovetsky e aquelas teses.

Além disso, pretendemos chamar a atenção para as principais noções do pensamento do autor sobre o individualismo de modo a justificar o seu enquadramento dentro de um ponto de vista modernista e liberal. Vamos sublinhar a aprovação, por assim dizer, de Lipovetsky em relação ao indivíduo, expondo aquelas características “positivas” de nossa época no que toca à valorização do indivíduo.

3.1 Cultura de massa e individualização

De acordo com Lipovetsky, as características individuais de cada pessoa não estão desaparecendo sob a força de uma cultura de consumo e massificada. A individualidade não só permanece, como se intensifica nesse contexto cultural. Para o autor, trata-se, na verdade,

de um modo de individualização inédito, de uma “nova fase do individualismo ocidental” (LIPOVETSKY, 2005a, p. XV, Prefácio)

Os temas centrais da cultura de massa ajudaram poderosamente na afirmação de uma nova figura da individualidade moderna, absorvida por sua realização privada e seu bem-estar. Propondo, sob formas múltiplas, modelos de auto-realização existencial e mitos centrados na vida privada, a cultura de massa foi um vetor essencial do individualismo contemporâneo (LIPOVETSKY, 1989, p.222)

O que promove a individualidade e a independência subjetiva é a amplitude do universo de informações com o qual é possível ter contato. A massificação das informações – no sentido de que uma quantidade muito grande de pessoas tem acesso à variedade ampla do que é veiculado –, em vez de uniformizar o pensamento, promove a sua diversificação. Para o autor, os conteúdos que a mídia difunde têm um papel fundamental nessa “explosão do individualismo contemporâneo” (LIPOVETSKY, 1989, p. 224), pois

contribuem para individualizar as opiniões, para diversificar os modelos e os valores de referência, para abalar os quadros comuns tradicionais, para se ficar menos tributário de uma cultura una e idêntica. (...) a informação nas democracias liberta os espíritos dos limites de seu mundo particular, é máquina de pôr em movimento as consciências, de multiplicar as oportunidades da *comparação* (LIPOVETSKY, 1989, p. 225, grifo do autor)

Uma vez alertas para a abundância de outras mentalidades, idéias e práticas, os indivíduos estariam livres para viver cada vez mais conforme seus próprios desejos e idéias. O autor associa os valores coletivos a uma forma de sujeição: cultivar as características culturais das pessoas próximas, com quem se convive em uma comunidade sem acesso à informação, não seria, para ele, algo autônomo.

Como escreve um comentarista de Lipovetsky, o contato com informações amplas e diversificadas, pelo ângulo de diversos pontos de vista, favorece a autonomia de pensamento e de ação, a formação de opiniões próprias sobre um número cada vez maior de fenômenos (LIPOVETSKY, 2004b). Em outras palavras, ocorre o que Lipovetsky chama de

individualização das consciências. Para ele, conhecer os diversos pontos de vista sobre determinado assunto provoca a formação de uma opinião própria. Em suma, o indivíduo passa a forjar a sua consciência tanto mais individualmente quanto mais contato tiver com um grande e diversificado número de informações.

Amplificadores de comparações, os meios de comunicação de massa trabalham para libertar os espíritos da influência das tradições e das culturas de grupo ou de classes; contribuem, mesmo de forma imperfeita e muito desigual, para a individualização dos julgamentos, para a multiplicação dos valores de referência, para libertar os indivíduos da fidelidade a partidos políticos e igrejas, emancipando-as das ideologias monolíticas (LIPOVETSKY, 2004a, p. 73)

Como resultado desse processo de diversificação das características individuais no conjunto da população, a individualidade é cada vez mais instituída como valor. É um processo de mão dupla: à medida que se é mais individualizado também mais se valoriza a individualidade, que, por sua vez, provoca mais individualização. Sobre o resultado dessa tendência, Lipovetsky escreve que “o indivíduo e seu direito cada vez mais proclamado de se realizar à parte, de ser livre” é um “valor cardinal” de nossa época (LIPOVETSKY, 2005a. p. XXI Prefácio).

[...] ao contrário do que se diz com frequência, quando se fala de tribos, de clãs, de novas comunidades, não há, de forma alguma, esgotamento do individualismo, mas disseminação em espiral da sua dinâmica (LIPOVETSKY, 2004a, p. 20)

O individualismo puro, como o chama o autor, é o que resta depois dessa emancipação do espírito do indivíduo, depois de se terem desvanecido os últimos valores sociais e morais que enquadravam as pessoas. A característica principal do indivíduo contemporâneo, portanto, é que ele está entregue cada vez mais a si mesmo, ou, para usar uma palavra positiva, *emancipado*. O sentido dessa emancipação individual é justamente o abandono de qualquer referencial histórico em relação aos valores, à moral e à sociedade.

3.2 As características do individualismo puro

Lipovetsky chama esse processo de “mutação antropológica” (LIPOVETSKY, 2005a, p. 32). Segundo ele, essa mudança culmina em um tipo de individualidade com as seguintes características: em primeiro lugar, a ausência de identidade; em segundo, a indiferença em relação aos assuntos públicos e políticos; e, por último, a indiferença entre as pessoas e, ao mesmo tempo e paradoxalmente, uma identificação sem precedentes entre elas.

O autor sintetiza essas mudanças utilizando uma figura mitológica: ao resultado desse processo de individualização dá o nome de Narciso. “O narcisismo não significa a exclusão dos outros, designa a transcrição progressiva das realidades individuais e sociais para o código da subjetividade” (LIPOVETSKY, 2005a, p. 51). Isto é, todas as coisas no seu conjunto deixam de ser avaliadas conforme critérios comuns entre diversas pessoas, e passam a ser apreendidas diferente e individualmente por cada pessoa, segundo suas próprias noções. Desse modo, aquelas três características que enunciamos acima – falta de identidade e indiferença em relação aos assuntos públicos e às outras pessoas – podem ser entendidos como expressões desse narcisismo.

A perda da identidade significa que os papéis que antes enquadravam as pessoas se tornam indefinidos. A questão da alteridade – isto é, a relação de mim com o outro – deixou de ser um problema, na medida em que a democratização e a igualitarização reduziu e mesmo apagou a diferença que existia entre categorias diversas de pessoas. Nesse momento, quando cada um se torna igual ao outro e as diferenças entre as pessoas perdem a legitimidade, a constituição do Eu também entra em colapso.

O autor escreve que a igualdade limpou o terreno para o surgimento da questão do Eu. A identidade individual passa a ser problemática quando a identidade *entre* as pessoas se

tornou perfeita, isto é, quando todos se tornaram “semelhantes” (LIPOVETSKY, 2005a). Em resumo: quando o progresso da igualdade chegou ao seu termo – quando igualou de fato as pessoas entre si (pelo menos teoricamente) – é que surge o problema da falta ou da indefinição da identidade individual.

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

A indefinição da identidade é uma expressão desse narcisismo, que “faz vacilar as referências do Eu e o esvazia de todo o conteúdo significativo” (LIPOVETSKY, 2005a, p. 40). Mas Lipovetsky vai além: a erosão das identidades também é um sinal de emancipação do indivíduo, pois a ausência de referências para os papéis sociais denota que a determinação do que cada um é passou a ser resolvida subjetivamente. Esse processo narcísico, escreve o autor, nada mais é do que a redução da dependência de critérios coletivos: o ego passa a prevalecer sobre o reconhecimento social (LIPOVETSKY, 1989). O autor associa as referências comuns que antes existiam para os papéis sociais a uma espécie de controle mental: as pessoas estavam enquadradas e, no limite, subjugadas por uma cultura que as categorizava. O fato de terem existido classificações de identidade que valiam para o todo da sociedade significa que não havia autonomia individual, e que o indivíduo dependia do outro para construir-se a si mesmo. Mas essa era outra época.

No momento em que a lógica da personalização reorganiza a integralidade dos setores da vida social, a extrodeterminação, com sua necessidade de aprovação do Outro, seu comportamento orientado pelo Outro, dá lugar ao narcisismo, a uma auto-absorção que reduz a dependência do Eu em relação aos outros. (LIPOVETSKY, 2005a, p. 39)

E, ao se tornar mais dono de si mesmo e ao se libertar de vínculos mais profundos e duradouros, os indivíduos também se tornam mais instáveis, e os seus gostos, mais oscilantes.

Em outras palavras, os indivíduos tendem a não ter uma identidade definida. A questão da identidade, longe de se resolver, é retomada diversas vezes, sendo questionada e examinada pelo próprio indivíduo ao longo de sua vida. A construção de uma imagem de si mesmo, se antes era uma questão “fácil” – no sentido de que estava pré-definida pela cultura existente – passa a ser um problema, pois os desejos do indivíduo, suas aspirações, agora plenamente livres, são em essência instáveis e não duram muito. Para o autor, a identidade individual, construída sem as amarras dos valores tradicionais, se torna precária.

A cultura hipermoderna se caracteriza pelo enfraquecimento do poder regulador das instituições coletivas e pela autonomização correlativa dos atores sociais em face das imposições de grupo, sejam de família, sejam da religião, sejam dos partidos políticos, sejam das culturas de classe. Assim, o indivíduo se mostra cada vez mais aberto e cambiante, fluido e socialmente independente. (LIPOVETSKY, 2004b, p. 83)

Além de diagnosticar a fluidez da identidade nos nossos dias, Lipovetsky também associa essa nova forma de individualismo à indiferença pelos assuntos públicos e políticos e um encolhimento dos movimentos sociais. O comportamento das pessoas em relação a tudo aquilo que não diz respeito a si mesmas é caracterizado pela apatia: ninguém está mais interessado em grandes questões sociais ou políticas – ou, em outras palavras, não investem mais a mesma energia emocional que antes empregavam em transformá-las, resolvê-las ou discuti-las.

Consideremos essa imensa onda de ausência de investimento por meio do qual todas as instituições, todas as finalidades e todos os grandes valores que organizaram as épocas anteriores são aos poucos esvaziados da sua substância – o que é isto senão uma deserção em massa que transforma o corpo social em um corpo exangue, em um organismo *desativado*? [...] o saber, o poder, o trabalho, o exército, a família, a Igreja, os partidos, etc. já pararam de funcionar globalmente como princípios absolutos e intangíveis. (LIPOVETSKY, 2005a, p. 18, grifo do autor)

O indivíduo narcisista, auto-absorvido, “não se apega a nada, não tem certeza absoluta, adapta-se a tudo, suas opiniões são suscetíveis de modificações rápidas”

(LIPOVETSKY, 2005a, p. 26). Para Lipovetsky, o narcisismo e esse desinteresse pelas coisas que não dizem respeito ao próprio indivíduo são duas faces da mesma moeda. A mesma mudança antropológica que resultou no comportamento auto-centrado produz um indivíduo que não perde seu tempo e energia com o envolvimento em questões públicas.

Lipovetsky exemplifica essa indiferença pelos assuntos sociais e políticos com um novo modo de engajamento, caracterizado pela frivolidade. O interesse por esses temas que transcendem o indivíduo não mais será motivado por um comprometimento real, mas por um interesse apenas superficial. Para o autor, não é que as causas sociais deixem de ter importância em si, mas sim que o envolvimento do indivíduo com essas causas perde a “autenticidade”. O engajamento passa a funcionar segundo a lógica da moda: luta-se por aquilo que está em evidência, seja na mídia, entre os amigos, colegas de escola e universidade, etc.

Para o autor, esse envolvimento frívolo é um sinal de emancipação individual, de autonomia, na medida em que deixa de ser determinado por alguma teoria para ser substituído pela vontade de cada pessoa. Lipovetsky entende que o engajamento autêntico de outros tempos seria um sinal de heteronomia – isto é, o indivíduo era motivado a se envolver nas questões sociais baseado em alguma teoria alheia à sua vontade. Em outras palavras, o indivíduo era controlado *de fora*. Lipovetsky entende, em resumo, que o engajamento motivado pelas doutrinas era uma forma de submissão.

Esse novo tipo de engajamento, por sua vez, é autônomo porque aquilo que move o indivíduo para esta ou aquela luta é a própria vontade, por mais oscilante e superficial que seja. Mesmo que o envolvimento seja moda, trata-se de uma escolha individual. Para o autor, ainda que a opção por aquelas questões públicas pelas quais se vá lutar não dure muito tempo, isso não contribui para enfraquecer a autonomia do ato. As escolhas são tanto mais oscilantes

quanto mais autônomas, uma vez que a vontade individual contemporânea é cada vez mais instável.

A sociedade hiperindividualista não equivale ao desaparecimento das lutas sociais e à asfixia pura e simples da *res publica*, significa o desenvolvimento de ações coletivas em que o indivíduo não está mais subordinado a uma ordem superior que lhe dita o teor de suas idéias e de suas ações. O individualismo consumado inverte a relação de submissão dos indivíduos às doutrinas e aos partidos de massa em benefício de ações sociais livres, amplamente imprevisíveis e espontâneas [...] O reino do Ego não se erige em um deserto social, antes colonizou a esfera das próprias ações coletivas, cada vez menos enquadradas pelos aparelhos clássicos que “dirigiram” as lutas sociais, cada vez mais apoiadas nas preocupações direta dos indivíduos (LIPOVETSKY, 1989, p. 278)

O engajamento passa agora a se assemelhar ao processo de consumo: escolhe-se aquilo pelo que lutar da mesma forma que se escolhe o modelo de uma roupa, e assim também no que diz respeito à duração desse engajamento. “No limite, muda-se de orientação de pensamento como se muda de casa, de mulher, de carro; os sistemas de representação tornaram-se objetos de consumo” (LIPOVETSKY, 1989, p. 240), escreve o autor. Ao associar o engajamento ao consumo, Lipovetsky quer antes de tudo significar que essa atividade de envolvimento em alguma causa pública tem pouca duração e que o objeto da “compra” – isto é, a causa a ser defendida – também é substituído na mesma frequência com que se consome.

O engajamento de corpo e alma foi substituído por uma participação passageira, à la carte; consagramos a ela o tempo e o dinheiro que queremos, mobilizamos quando queremos, como queremos, de acordo com os desejos primeiros de autonomia individual. (LIPOVETSKY, 1989, p. 282)

Dentro dessa apatia generalizada em relação a tudo que não é individual, Lipovetsky também aponta a indiferença entre os indivíduos. Escreve o autor que, “depois da deserção social dos valores e das instituições, é a relação com o Outro que, segundo a mesma lógica, sucumbe ao processo de desafeição” (LIPOVETSKY, 2005a, p. 29). O que ocorre, segundo Lipovetsky, é que a crescente valorização da esfera individual, da privatividade, provoca um enfraquecimento da importância que cada um concede às relações inter-pessoais.

Esse processo de individualização, no entanto, não pára por aí. Não é somente o *valor* que se concede às relações que entra em declínio, mas o próprio contato concreto entre as pessoas se torna escasso e, no limite, deixa de existir. Esse “alargamento abissal da lógica individualista” traz ao mesmo tempo a atomização social, o isolamento individual *de fato*: as pessoas passam a não se encontrar mais, a se divertir sozinhas, a não fazer as refeições em família, etc.

É devido a essa apatia generalizada que o autor vai falar em “destruição fria do social” (LIPOVESKY, 2005a, p. 7). A destruição do social é ocasionada por esse isolamento em relação a tudo que não diga respeito ao indivíduo, e é um processo “frio” porque não ocorre à força, mas suavemente, conforme ganham força os valores da individualidade. No final das contas, essa independência em relação à coisa pública, à sociedade e aos outros nada mais é para Lipovetsky do que a instituição de fato de um ideal que não foi formulado nos dias de hoje, o ideal moderno da autonomia individual (LIPOVESKY, 2005a).

3.3 Individualismo, compaixão e diminuição da violência

É importante observar que o indivíduo delineado por Lipovetsky não é completamente avesso a outras pessoas. O sociólogo francês concede ao homem contemporâneo uma característica que talvez não se associe intuitivamente ao individualismo: a identificação entre as pessoas e a compaixão.

Essa compaixão pode ser entendida como uma expressão do valor do indivíduo na cultura contemporânea. Para Lipovetsky, reconhecer-se individualmente e valorizar isso provoca que se reconheça *também* o outro como indivíduo. Isto é, o mesmo processo que

derivou em atomização e enfraquecimento das relações inter-pessoais também conduz a uma nova sensibilidade em relação ao outro.

[...] a dinâmica do individualismo reforça a tendência à identificação com o outro. [...] Sob efeito do imaginário de igualdade e do culto ao bem-estar, os indivíduos ficam mais “tocados” pelo espetáculo dos sofrimentos do outro – o que subjaz às diversas reações de indignação, à rápida expansão da moral sentimental explorada pela mídia, às novas formas de altruísmo e de generosidade (LIPOVETSKY, 2004b, p. 118)

Como ilustração dessa nova sensibilidade, o autor vai abordar a questão da violência. Segundo Lipovetsky, há um antagonismo entre individualismo e crueldade (LIPOVETSKY, 2005a). Nas sociedades em que a individualidade não é reconhecida, tende a haver mais violência bárbara. Essa preeminência do conjunto social sobre a individualidade implica a existência de certos códigos de prestígio social, que, uma vez quebrados, estimulam crimes de vingança, em que a vida de cada um não tem a mesma importância que a honra a ser readquirida perante a sociedade. “A honra e a vingança exprimem diretamente a prioridade do conjunto coletivo sobre o agente individual” (LIPOVETSKY, 2005a, p. 147), escreve o autor.

A cultura contemporânea inverte a ordem dessas prioridades. A decadência de valores comuns a serem respeitados estimula a suavização dos comportamentos. Hoje em dia, não se resolvem mais desavenças com duelos mortais. A valorização individual contribui para tornar o homem contemporâneo mais sensível a dor de outras pessoas, como se cada um sentisse em si mesmo o que o outro sente.

Acontece que a preponderância da ordem coletiva impede que se dê à vida e ao sofrimento pessoal o valor que nós damos. A crueldade bárbara não vem de uma ausência de recalçamento ou de repressão social, mas, sim, é efeito direto de uma sociedade em que o elemento individual, subordinado às normas coletivas, não tem uma existência autônoma reconhecida (LIPOVETSKY, 2005a, p. 159)

A valorização da individualidade é a resposta que o autor dá ao motivo de ter diminuído a violência e a crueldade entre as pessoas. “Como as sociedades de sangue puderam dar lugar às sociedades pacatas nas quais a violência inter-individual não passa de um comportamento anômico, degradante, e a crueldade, de um estado patológico?” (LIPOVETSKY, 2005a, p. 145), pergunta-se o autor.

Os argumentos do autor para a diminuição da violência são bastante ilustrativos do que o ele pensa sobre o valor do indivíduo. Lipovetsky exalta a cultura moderna da individualidade, e, com mais razão ainda, aprova a sua intensificação nessa nova fase do individualismo ocidental. O sociólogo francês, no entanto, não pode simplesmente dizer se gosta ou não do que está ocorrendo na cultura contemporânea: é necessário, além disso, que a mudança antropológica que culmina nesse novo tipo de individualismo seja mostrada.

Ao caracterizarmos, no decorrer deste capítulo, o individualismo atual, o nosso objetivo foi expor o modo como Lipovetsky argumenta esse ponto; e, ao concluirmos com a questão da identificação entre as pessoas e a diminuição da violência, pretendíamos chamar atenção para postura axiológica (isto é, o julgamento de valor) do sociólogo sobre a questão do indivíduo. Em outras palavras, concebemos o capítulo para que concluíssemos mostrando o valor que Lipovetsky concede à individualidade. A nossa intenção foi mostrar qual o sentido que a individualização atual tem para o autor, se ele pensa que o que ocorre na cultura contemporânea no que concerne ao indivíduo é bom ou mau.

4 CULTURA CONTEMPORÂNEA

Lipovetsky foca a sua análise da cultura contemporânea em alguns fenômenos que são representativos de certos valores e comportamentos vigentes. O sociólogo se dedica especialmente ao consumo, à publicidade e à moda. Analisaremos a descrição do autor para cada um desses três pontos com o objetivo final de explicitar a sua opinião sobre eles. Isto é, além de expormos os fenômenos em questão, a intenção é mostrar qual o sentido que têm para o sociólogo. Por fim, a exposição que faremos tentará justificar a designação de Lipovetsky como um modernista liberal.

Dos três fenômenos que abordaremos, somente a moda precisa de uma conceitualização mais demorada. O entendimento de Lipovetsky para o que sejam a publicidade e o consumo não é original: designam a propaganda que pretende vender um produto, serviço, idéia, etc., e o próprio ato da compra, respectivamente. O importante, nesses dois casos, é o sentido da publicidade e do consumo para o autor. Lipovetsky considera esses dois fenômenos *em função* do que eles significam para o avanço da individualidade como valor e para a emancipação individual.

A moda, por sua vez, não designa simplesmente as tendências no âmbito do vestuário ou em outros campos (modas musicais, literárias, modas de idéias, etc.). Em outras palavras, o conceito de moda não tem para o autor o significado de comportamento seguido por um grupo de pessoas por um determinado período de tempo. Lipovetsky, como veremos adiante, entende a moda como um conjunto de características culturais que influenciam toda a sociedade. Embora o autor inicialmente aborde o tema em *O império de efêmero* pelo ângulo do vestuário, a moda assume posteriormente uma significação mais ampla. E, mesmo nessa abordagem inicial, Lipovetsky coloca o vestuário em segundo plano. Para ele, as roupas e a

inovação na indumentária de cada indivíduo têm raízes mais profundas. A moda, no sentido mais vulgar de inovação no vestuário, será determinada por certos valores culturais que surgem na modernidade, como o gosto pelo novo.

4.1 Consumo e publicidade

O consumo e a publicidade têm um papel relevante para a emancipação individual e para o avanço do indivíduo como valor, ao mesmo tempo em que são expressões da valorização e do avanço da individualidade. Esse enunciado sintetiza o que Lipovetsky pretende mostrar quando aborda esses dois fenômenos.

Inicialmente, o autor nega que o consumo seja exercido em função do prestígio que possa conferir ao consumidor. Isto é, as pessoas não compram tais e tais produtos para exibir suas posses materiais e tampouco para significar suas condições financeiras. Para Lipovetsky, o consumo é um ato que envolve, antes de qualquer coisa, a satisfação privada.

É cada vez menos verdadeiro que adquirimos objetos para obter prestígio social, para nos isolar dos grupos de estatuto inferior e filiar-nos aos grupos superiores. O que se busca, através dos objetos, é menos uma legitimidade e uma diferença social do que uma satisfação *privada* cada vez mais indiferente aos julgamentos dos outros. O consumo, no essencial, não é mais uma atividade regada pela busca do reconhecimento social; manifesta-se, isso sim, em vista do bem-estar, da funcionalidade, do prazer para si mesmo (LIPOVETSKY, 1989, p. 172-173, grifo do autor)

O que interessa no consumo não é o que ele significa em termos de prestígio, mas o efeito que ele provoca em termos de prazer individual. O ímpeto consumista é associado pelo autor ao gosto pela autonomia e a outras características como a “a sede de imagens e de espetáculos” o “culto do corpo, a embriaguez das sensações e do novo”. Em todos esses

casos, está em jogo, antes de tudo, o seguinte: “consume-se cada vez menos para ofuscar o Outro e ganhar consideração social e cada vez mais para si mesmo” (LIPOVETSKY, 1989, p. 173).

O autor concede ao processo de consumo algo que escapa à decisão individual: Lipovetsky reconhece que há organizações, empresas que mais ou menos formulam as tendências que serão adotadas no consumo. No entanto, se é ocasionado pela sedução programada – a pessoa é seduzida a comprar determinado objeto –, o consumo também se dará de acordo com as especificidades de cada um. Ninguém compra o que não quer.

O consumismo é um processo que funciona à base da sedução: sem qualquer dúvida os indivíduos adotam os objetos, as modas, as fórmulas de lazer elaboradas por organizações especializadas, porém de acordo com suas conveniências, aceitando isto e não aquilo, combinando os elementos programados. (LIPOVETSKY, 2005a, p. 85)

O consumo, no entanto, não só respeita as características das pessoas, como estimula a diferenciação entre elas. Em outras palavras, o consumo tem um papel na individualização. A lógica em marcha aqui é que a variedade do que é consumido provoca variabilidade em quem consome. Ao contrário daqueles que vêem o consumismo como responsável pela homogeneização, Lipovetsky atribui a ele a função inversa: a quantidade de objetos e serviços que se pode comprar exige que o indivíduo *faça a sua escolha*. Por ser tão amplo o leque daquilo que se pode consumir, mais ampla será a variedade daqueles que escolhem, isto é, os indivíduos.

A oferta presente no consumo multiplica as referências e modelos, destrói as fórmulas imperativas, exacerba o desejo da pessoa de ser inteiramente ela mesma e gozar a vida, transforma cada qual num operador permanente de seleção e de combinação livre, enfim, é um vetor de diferenciação dos seres (LIPOVETSKY, 2005a, p. 86)

Para Lipovetsky, o consumismo é um processo que estimula e até constrange o indivíduo a escolher e assumir encargos: trata-se de um sistema em que a participação é

inevitável (LIPOVETSKY, 2005a). Segundo o autor, a era do consumo é um agente de responsabilização dos indivíduos, na medida em que cabe a cada um escolher e mudar os elementos que compõem o seu modo de vida. E, por sua vez, ao ser estimulado ao consumo, à gestão de seu próprio conforto material, o indivíduo se torna cada vez mais autônomo. Para Lipovetsky, o império do consumo foi um dos fatores que geraram esse tipo de indivíduo “opcional”, disposto a se dirigir a si mesmo.

Essa tendência à individualização aumenta com a possibilidade de equipar cada lar com múltiplos equipamentos eletrônicos: aparelhos de som, videocassetes, leitores de CDs, televisão a cabo, computadores, etc. Essas tantas tecnologias permitem uma maior individualização dos usos, maior dessincronização das práticas, mais possibilidades para cada um escolher seus programas e libertar-se das limitações coletivas ou semicoletivas (família) de tempo e espaço (LIPOVETSKY, 2004a, p. 71-72)

Para o consumidor, a democratização do mundo material provocou a perda de importância dos objetos. O ímpeto consumista, portanto, não deve ser entendido como resultado do poder das coisas sobre o homem. O sentido é inverso: a compra desenfreada significa antes de tudo que as coisas não possuem nenhum tipo de autoridade sobre o homem se consideradas uma a uma. A frequência da compra denota que o indivíduo é muito pouco influenciado por cada objeto que adquire. Se a coisa consumida influenciasse o homem, então ele se contentaria simplesmente com a posse *dessa* coisa. Lipovetsky resume esse processo dizendo que os objetos são dessubstancializados, e é com isso em vista que o autor nega que o indivíduo seja alienado.

Assim como não concede ao objeto consumido algum poder sobre o homem, Lipovetsky também não caracteriza a publicidade dessa mesma forma. Ela, a publicidade, não tem a capacidade de criar necessidades no homem, mas somente de estimular o ímpeto que já existe. “A publicidade é renúncia ao poder total”, escreve Lipovetsky (1989, p. 194), querendo dizer que é um sistema que deixa livre o indivíduo para ser ele mesmo.

[...] a publicidade tem a distingui-la o fato de que não visa reformar o homem e os costumes; na realidade, toma o *homem tal como ele é*, empenhando-se apenas em estimular a sede de consumo que já existe. (LIPOVETSKY, 1989, p. 193, grifo do autor)

De acordo com o autor, a publicidade não intenta fabricar os pensamentos ou condicionar as atitudes dos homens. Para Lipovetsky, ela não tem a força de impedir a reflexão, de obstruir a interrogação pessoal e a busca pela verdade. A publicidade funciona sempre em um ambiente de autonomia individual de escolha, mesmo quando não está a serviço do consumo, e, sim, de alguma campanha comportamental (antitabagismo, por exemplo). A publicidade, em suma, não tem o poder de instilar valores: ela consolida algo que simplesmente já está aí, só que com uma roupagem esteticamente trabalhada.

Trata-se de difundir normas e ideais na realidade *aceitos por todos*. Quem não está de acordo com os malefícios do álcool? Quem não gosta de bebês? Quem não fica indignado com a fome no mundo? Quem não se perturba com a miséria das pessoas idosas? A publicidade não se encarrega da redefinição completa do gênero humano; antes explora o que está em germe, tornando-o mais atrativo para mais indivíduos. (Ibid., p. 195, grifo do autor)

Para Lipovetsky, a publicidade deve ser vista como um vetor de individualização. Mas como o autor explica isso? O sociólogo afirma que, devido aos valores de uma cultura hedonista e da busca individual do prazer (de qualquer natureza) que estimula, a publicidade, no fim das contas, acelera o processo de personalização. À expansão do hedonismo corresponde a variação das diferenças entre as pessoas. Em suma: ao buscar satisfazer os próprios prazeres, o indivíduo se torna cada vez mais ele mesmo.

4.2 Moda

Lipovetsky não entende a moda como um fenômeno de tendência comportamental. Para o sociólogo, o essencial não está nas modas do vestuário, nas modas literárias ou

musicais. O conceito de moda é mais amplo: significa um conjunto de aspectos culturais que influenciam toda a sociedade contemporânea. Esse complexo – ao qual Lipovetsky dá o nome de *forma* ou *lógica* da moda – compreende três características: o *efêmero*, a *diferenciação marginal* e a *sedução*. Embora o autor faça a ressalva de que não se pode entender toda a sociedade contemporânea a partir do processo da moda, certos fenômenos representativos de nossa época são muito bem inteligíveis segundo essa lógica.

A cultura de massa é ainda mais representativa do processo de moda [...]. Toda a cultura mass-midiática tornou-se uma formidável máquina comandada pela lei da renovação acelerada, do sucesso efêmero, da sedução, da diferença marginal. (LIPOVETSKY, 1989, p. 205)

Considerando a influência que exercem, essas três características que compõem a forma moda não podem ser isoladas de seu conjunto, pois a cultura contemporânea funciona como um todo segundo a lógica da moda. Mesmo assim, pode-se dizer que cada um desses três pontos tem correspondência com algum fenômeno importante da sociedade atual, algo em especial, no qual se pode observar com mais nitidez a dinâmica da influência. E é com base nessa correspondência que pensamos ser mais fácil elucidar cada um desses elementos.

O efêmero, aquilo que dura pouco, é uma característica fundamental das estrelas, os artistas famosos. Esses personagens alcançam píncaros de popularidade de forma meteórica, sendo em seguida substituídos por outros nomes de glória tão duradoura quanto. “Com as estrelas, a forma moda brilha com todo o seu esplendor, a sedução está no ápice de sua magia”, escreve o autor (1989, p. 213).

Para Lipovetsky, no entanto, o mais importante repousa noutro ponto: o fenômeno do estrelato é algo tipicamente individualista. A efemeridade dos ídolos nada mais é do que o correspondente objetivo da vontade oscilante do indivíduo. Assim como o desejo individual contemporâneo é fluido, instável, também dessa natureza são os ídolos.

Longe de ser um comportamento arcaico, o culto das estrelas é tipicamente um fato moderno *individualista* que repousa sobre o movimento em estado livre dos indivíduos: nenhum dogma, nenhum corpo de crença instituído, nenhum ritual obrigatório; nada senão o arrebatamento das paixões amorosas e fantasmáticas dos sujeitos individuais (LIPOVETSKY, 1989, p. 219, grifo do autor)

Lipovetsky afirma que o fenômeno do estrelato dinamiza a autonomização individual: na escolha das estrelas, estão em jogo certos critérios pessoais, mesmo que compartilhados por um grupo. Para o autor, a existência desse fenômeno está associada a um mundo democratizado, em que não existe mais uma hierarquia preestabelecida e a segregação entre “tipos” de pessoas que a ela corresponde. A paixão do fã pelo seu ídolo mostra que cada um pode investir a energia emocional no personagem que quiser, segundo regras próprias. Para o sociólogo, a dinâmica da igualdade democrática liberou o sentimento amoroso – que liga o admirador ao ídolo – de todo quadro ritual. Isto é, liberou o fã de toda regra de conduta comportamental. O estrelato, em suma, é sinal de libertação individual de certas dominações culturais.

A diferenciação marginal, outra das características que definem a forma moda, pode ser observada com nitidez na indústria de bens de consumo. A produção dos equipamentos eletrônicos, automóveis e roupas obedece à lógica da diversificação, da multiplicação de detalhes, e é essa preocupação estética na fabricação dos objetos que assinala o ingresso da lógica moda no mundo dos objetos. “Com o reino do design industrial, a forma moda não remete mais apenas aos caprichos dos consumidores, passa a ser uma estrutura constitutiva da produção industrial em massa” (LIPOVETSKY, 1989, p. 164).

Lipovetsky descreve o processo dizendo que a moda generaliza um sistema de pequenas diferenças supermultiplicadas, “engendra um universo de produtos ordenado pela ordem das microdiferenças” (LIPOVETSKY, 1989, p. 162). A diferenciação marginal, portanto, significa o fim da produção em série. Para o autor, essa diversificação objetiva corresponde à diferenciação subjetiva que caracteriza o individualismo contemporâneo.

O processo de moda despadroniza os produtos, multiplica as escolhas e opções [...]. A forma moda é aí soberana: trata-se por toda parte de substituir a unicidade pela diversidade, a similitude pelas nuances e pequenas variantes, compatível com a individualização crescente dos gostos. (LIPOVETSKY, 1989, p. 162)

No âmbito da política, por sua vez, predomina o elemento da sedução. O discurso sisudo, de propostas, idéias, foi substituído pelo ambiente intimista, pela boa aparência, por elementos ligados à vida pessoal, etc. O político hoje em dia aparece nos programas eleitorais falando de seus hábitos privados e de sua família, com o objetivo primeiro de cativar, antes de convencer.

A sedução substituiu a argumentação no jogo político. A publicidade, que constrói a política espetacular, trabalha para dar aos homens públicos uma imagem de simpatia, descontração e humor. Quando a sedução invade o âmbito político, a embalagem é o que conta mais, portanto.

Já não basta dizer a verdade, é preciso dizê-la sem entediar, com imaginação, elegância e humor. [...] O processo de moda reestruturou a comunicação política: ninguém entra aqui se não for sedutor e tranqüilo, a competição democrática passa pelos jogos do aliciamento, pelos paraísos artificiais do entertainment, da aparência, da personalidade midiática (LIPOVETSKY, 1989, p. 199)

Além disso, Lipovetsky afirma que essa nova forma de fazer política conduz à estabilização da democracia. A sedução é acompanhada por uma indiferença em massa nos eleitores. Com a política da sedução, diminuem os maniqueísmos e radicalismos que ameaçavam a ordem democrática. As características dessa nova forma de fazer política – moderação, humor, elegância, personalidade, descontração, etc. – favorecem o declínio da militância fervorosa, dos discursos mais autoritários.

Se antes havia mobilização em massa e conflitos derivados disso, hoje há ordem e paz no jogo político. A esses radicalismos de outrora é que o autor atribuiu o risco do fim da democracia. Com a política frívola, os fundamentos do jogo político se tornam firmes: “a

sedução é instrumento de paz civil e de reforço da ordem democrática” (LIPOVETSKY, 1989, p. 203)

Abordamos esses fenômenos com o intuito de sublinhar aqueles valores que Lipovetsky considera importantes. Pelo que pudemos ver, o autor tem em alta conta dois processos principais, que lhe servem de chave de entendimento para a cultura contemporânea: a individualização e a democratização. Esses dois fatores constituem o cerne da avaliação que Lipovetsky faz de nossa época: se a sociedade se tornou mais individualista e os indivíduos se tornaram mais livres, então ela está melhorando. Se não há riscos para a democracia, ainda melhor.

Para o sociólogo francês, isso é o que de fato está ocorrendo. A nossa época está plenamente de acordo com esses processos, que Lipovetsky valoriza, e é por isso que ele designa os dias que correm como uma *modernidade consumada*. Na atualidade, escreve o autor, não há mais quem se oponha aos princípios que constituem a base da modernidade, como a democracia, os direitos humanos, o indivíduo e o mercado. Para Lipovetsky, não há modelo crível que se contraponha à instituição desses princípios nos dias atuais. “Há sempre um fundo de forte e amplo consenso sobre os fundamentos ético-políticos da modernidade liberal” (LIPOVETSKY, 2004b, p. 99). É a consumação da modernidade.

Longe de decretar-se o óbito da modernidade, assiste-se a seu remate, concretizando-se no liberalismo globalizado, na mercantilização quase generalizada dos modos de vida, [...] numa individualização galopantes (LIPOVETSKY, 2004b, p. 53)

A visão do autor para os fenômenos que abordamos – a moda, o consumo e a publicidade – são representativos de como ele vê a marcha da modernidade na cultura de consumo. Cada um desses fenômenos tem um papel importante na consolidação da democracia e no avanço do individualismo. A cultura de consumo, nos diz o autor, é uma cultura de democratização e individualização, em suma

5 ÉTICA PÓS-MORALISTA

Lipovetsky entende que a nossa época não é vazia de moralidade, como sugerem os críticos pessimistas da sociedade e da cultura de massa. O autor afirma que há um núcleo moral ainda mais firme, baseado principalmente nos direitos humanos. A ética pós-moralista, como veremos em seguida, não é a designação de uma época que se desfez de todo e qualquer valor, como se qualquer atitude tivesse se tornado moralmente neutra. Conforme o autor, o pós-moralismo de nossos dias é a designação de um *modo* de relacionamento inédito entre os homens e seus valores, caracterizado por uma espécie de frouxidão. Em outras palavras, os valores de nossa era perderam o caráter coercitivo que tinham em outros tempos.

O objetivo deste capítulo é justamente mostrar de que maneira Lipovetsky argumenta pela permanência da moralidade e como ele explica que exista esse núcleo axiológico em um contexto caracterizado pela complacência moral.

Além disso, pretendemos mostrar um caso em que a permanência desse conjunto de normas está ilustrada: o âmbito dos negócios. Lipovetsky afirma que as empresas estão cada vez mais trabalhando com uma imagem “moralizada”, isto é, propagando certos valores consolidados na nossa cultura. Consideraremos esse ponto por dois motivos: em primeiro lugar, porque ele tem o mérito de explicitar que o âmbito empresarial não é destituído de moral, como em geral é caracterizado; e, em segundo lugar, porque o simples fato de as empresas trabalharem sua imagem no sentido de moralizá-la – mesmo que tenham interesse no lucro que isso possa ocasionar (e Lipovetsky reconhece isso) – é mais um indício de que existe um núcleo ético já assente na nossa cultura.

5.1 As duas primeiras fases da história da moral

A ética pós-moralista é a última fase da história da moral conforme a divisão feita por Lipovetsky. O primeiro período, historicamente mais longo, é o da *era teológica*, que perdurou até o começo do Iluminismo. Na fase teológica, a esfera da moral é subordinada ao âmbito da religião. A atitude virtuosa não é um dever em relação aos outros, mas sim parte integrante do culto que o homem presta a Deus, e é na religião que estão fundamentados os preceitos morais.

Todas as regras morais devem estar baseadas no ensinamento revelado e só têm eficácia mediante a fé no Cristo redentor. Corrompido pelo pecado original, o homem não é capaz de encontrar em si mesmo as luzes necessárias para conhecer e praticar a justiça. (LIPOVETSKY, 2005b, p. 1)

Na era teológica, o homem não é virtuoso pelo respeito aos outros homens, mas pelo desejo de glória perante Deus. A atitude moralmente boa é aquela feita a serviço de Deus.

À segunda fase da história da moral, Lipovetsky dá o nome de *era laica moralista*, corresponde ao período que vai do século XVII até o século passado. Nessa fase, a moral deixa de ser um apêndice da religião para ser instituída pela força da racionalidade. Os modernos negam a superioridade de Deus em relação à razão humana, e o âmbito da moral também é influenciado por essa recusa.

Os princípios morais foram, então, pensados em termos estritamente racionais, universais, eternos – é a “moral natural” -, que estariam presentes em todos os homens. Enraizados apenas na natureza humana, aparecem como princípios independentes das confissões teológicas. (LIPOVETSKY, 2004a, p. 25)

Na fase laica moralista, escreve o autor, os “deveres para com os homens primam em relação aos deveres para com Deus” (2004a, p. 25). Os preceitos morais descem da esfera

divina para a humana, ao mesmo tempo em que o homem passa a ser o objeto supremo dos imperativos éticos. Lipovetsky escreve a respeito disso que a chegada da cultura moderna coincide com uma inversão histórica de prioridades, com a soberania do dever especificamente ético em relação ao dever religioso. A cultura moderna, no campo da ética, terá uma orientação profana: no lugar de Deus, a valorização da esfera humana, terrestre.

O homem moderno, por sua racionalidade, se recusa a fundamentar os princípios morais em termos divinos, de revelação. Por isso, a ética laica será baseada na razão humana e ao mesmo tempo deverá ser passível de explicação racional. Também devido à racionalidade do período, a ética moderna vai aspirar à universalidade. O bem e o mal devem ser os *mesmos* para todos os homens, assim como os direitos, dos quais todos devem gozar igualmente.

A era laica moralista, no entanto, não é plenamente moderna, isto é, não rompe totalmente com o período anterior. A secularização que ocorre nessa passagem é parcial, uma vez que ainda se verificarão caracteres típicos da era teológica. Uma das características dessa fase pré-moderna é que o dever era sagrado: o bem devia ser seguido nem que para isso o homem tivesse que se auto-sacrificar. Essa glorificação do dever é o que o autor ainda vai observar na era laica moralista, e que constitui uma continuidade entre os dois períodos. A ética moderna, mesmo que não glorificasse o dever em relação a Deus, o fazia em relação a outros valores. O auto-sacrifício moderno teve como objetos de adoração a família, a pátria, o interesse geral, etc. Para Lipovetsky, trata-se de um paradoxo: “Emancipando-se do espírito da religião, o processo de secularização moderna tomou dele emprestada uma das figuras essenciais: o dever absoluto, a ética do sacrifício”. (2004a, p. 26)

A supremacia moderna da razão - que, no âmbito moral, assume a forma de lei ou imperativo ético – não deixa de instituir o seu culto: o “culto laico da abnegação” (2004a, p. 26). Esse *modo* com que os modernos exercerão a virtude é exatamente o que liga a fase pré-moderna da moral com era laica moralista: “identificando-se com uma exigência estritamente

imane, o culto do dever reproduziu um dispositivo de transcendência extrema” (LIPOVETSKY, 2005b, p. 14). Os modernos negaram o *conteúdo* da moral religiosa, mas mantiveram a *forma*.

Como observa Lipovetsky, os modernos inauguram uma fase de valorização dos direitos humanos e do indivíduo. “A imemorial preeminência das obrigações para com Deus cede lugar à preeminência das prerrogativas do indivíduo soberano”, escreve (LIPOVETSKY, 2005b, p. 3). O peculiar é que, a despeito da valorização do direito individual dos homens, os modernos exaltavam o exato oposto, o pólo da renúncia a si mesmo, o sacrifício a uma lei universal, o que constitui mais um paradoxo do período.

Se, de um lado, é certo que as sociedades modernas tiveram sua base de apoio nos direitos soberanos do indivíduo, é também inegável que, ao mesmo tempo, sublimavam a sujeição incondicional ao dever, a transparência da virtude, a necessidade de nos esforçarmos para transcender o círculo imediato de nossos meros interesses individuais. Embora alheia a qualquer religião revelada, a criação de uma ética laica como princípio organizador da ordem social redundou, na prática, em fazer vir à tona novamente aquela mesma concepção de religião revelada. De fato, a religião moderna do dever tomou o lugar antes ocupado pelo dever imemorial da religião, e para isso se valeu de uma hipérbole: “você deve...” (LIPOVETSKY, 2005b, p. 4)

A cultura moderna, escreve o autor, está cindida, portanto, em dois modos, conforme o critério da moral: a cultura possessiva e a moralista. Aquela corresponde ao interesse privado, à busca pela felicidade pessoal, ao vínculo do homem com as coisas que possui, em vez do vínculo com outros homens. A cultura moralista é, por sua vez, aquilo que sustenta os resquícios da religiosidade. A forma teológica da moral agora vai ser posta em marcha em função de outros valores, mas sempre como *dever*: “o dever de morrer pela nação, pela majestade da lei e pela liberdade republicana, o imperioso dever de servir ao interesse geral” (LIPOVETSKY, 2005b, p. 6).

Até meados do século XX, as sociedades modernas glorificavam os direitos do indivíduo igual e autônomo, mas em toda parte os deveres são sempre invocados a fim de conjurar os perigos do espírito individualista de gozo e anarquia. A afirmação da soberania individual e o

reconhecimento do direito à felicidade caminham lado a lado com a exaltação da prioridade dos deveres em relação à coletividade. A cultura do dever circunscreveu em dimensões estreitas a cultura dos direitos subjetivos, sobrepondo as obrigações da moral social, familiar e sexual à exigência individualista de busca de felicidade (LIPOVETSKY, 2005b, p. 21)

Eis as duas incongruências que definem a era laica moralista: ao renunciarem à religião como fundamento do bem e do mal, os modernos tomaram dela o gosto pelo transcendente, isto é, por aquilo que está além do mundo terreno, dos homens, só que não na forma de Deus, mas de imperativos morais ideais; e, ao valorizarem o indivíduo, os modernos também pregaram a completa renúncia de si mesmo no exercício do dever.

5.2 A terceira fase da história da moral: a ética pós-moralista

A terceira fase da história da moral é a que Lipovetsky chama de *pós-moralista*, que é o período que se estende a partir da década de 50 do século passado até os nossos dias. É importante, contudo, não confundir “pós-moralista” com “pós-moral”, pois o que se verifica na nossa cultura não é a ausência de moral, mas a ausência da prescrição de normas morais obrigatórias, que corresponde ao sentido pejorativo do termo “moralismo”, empregado na descrição da era moderna da moral.

Na sociedade pós-moralista, os deveres morais não estão subordinados à religião e tampouco se valem de um ideal universalista, de uma moral de abnegação e sacrifício. A secularização pós-moralista é completa: não nos importamos com o que os nossos atos significam perante Deus, nem eles são o resultado do dever incondicional a leis racionais e universais.

Nossa cultura cotidiana desde os anos 1950 e 1960 não é mais dominada pelos grandes imperativos do dever sacrificial e difícil, mas pela felicidade, pelo sucesso pessoal, pelos direitos do indivíduo, não mais pelos seus deveres (LIPOVETSKY, 2004a, p. 27)

É de acordo com o modo de a cultura contemporânea responder aos ideais modernos de abnegação que o autor descreve essa fase da moral: “crepúsculo do dever”. No abandono do resquício religioso é que se consuma a secularização da moral, que “consiste não somente em fazer da ética uma esfera independente das religiões reveladas, mas também em diluir socialmente sua *forma* religiosa: o próprio dever” (LIPOVETSKY, 2005b, p. XXIX Introdução, grifo do autor).

A cultura contemporânea é uma cultura que desvaloriza o dever incondicional e que exalta, muito antes dele, o *direito* dos homens. Se os modernos não romperam com a tradição moral religiosa da renúncia a si mesmos, os contemporâneos realizam a ruptura, ao exaltar as aspirações individuais, subjetivas, a paixão pelo próprio ego, as satisfações privadas e materiais. Nesse sentido, a cultura contemporânea institui um ideal moderno, que, mesmo na modernidade, permaneceu eclipsado pela força do dever: o direito individual. A valorização sem precedentes – isto é, própria dos nossos dias – do individualismo é a marca da cultura pós-moralista, que designa

(...) uma época em que o sentido do dever é edulcorado e debilitado, em que a noção de sacrifício pessoal perdeu sua justificação social, em que a moral já não exige o devotamento a um fim superior, em que os direitos subjetivos preponderam sobre os mandamentos imperativos, em que as lições de moral são encobertas pelo fulgor de uma vida melhor, do irradiante sol das férias de verão, do banal passatempo das mídias (LIPOVETSKY, 2005b, p. 27)

Com efeito, a desvalorização do imperativo do dever foi acelerada pelo estímulo do bem-estar consumista: “o capitalismo das necessidades aboliu a aura popular dos ideais”, escreve o autor (LIPOVETSKY, 2005b, p. 29). O dever sob coação foi paulatinamente perdendo espaço face à crescente glorificação do bem-estar individual, e o pós-moralismo é o correlato disso na esfera da ética. “Enquanto a era moralista pretendia coibir os excessos da

vontade, o mundo atual procura levá-los [por meio do consumo] ao paroxismo” (LIPOVETSKY, 2005b, p. 31). O que o consumo legitima é a busca plena pela satisfação pessoal, especialmente no que diz respeito aos bens materiais.

Ao estimular permanentemente os critérios de bem-estar individual, a era do consumo como que aposentou, em seu conjunto, as formas coativas e incisivas da obrigação moral, tornando o ritual do dever algo impróprio para uma cultura materialista e hedonista (LIPOVETSKY, 2005b, p. 29)

A relação entre o significado valorativo dos nossos atos e o consumo pode ser observada ainda nos próprios termos que Lipovetsky utiliza para designar a moral contemporânea: “ética ao gosto do cliente”. Essa expressão tem o mérito de, por um lado, assinalar que os imperativos morais não são mais universalistas, e, por outro, enfatizar que podemos “comprar” a nossa ética pessoal de acordo com as nossas intenções. À maneira dos produtos superdiferenciados, que correspondem ao interesse dos mais variados consumidores, a moral que adquirimos também é adequada a especificidades nossas.

O processo pós-moralista transformou os deveres em relação a si mesmo em direitos subjetivos, e as máximas obrigatórias da virtude em livres opções e conselhos operacionais, a fim de obter o máximo de bem-estar das pessoas (LIPOVETSKY, 2005b, p. 61)

A desvalorização de uma ética universal e a concomitante exaltação dos interesses pessoais no que diz respeito à moralidade podem passar, no entanto, a errônea idéia de que vivemos num vazio ético e na completa indiferença entre nós. Com efeito, o que presenciamos cotidianamente, escreve o autor, é exatamente o contrário: a permanência da moralidade e o respeito entre as pessoas.

Quanto mais os indivíduos são socializados na autonomia privada, mais se impõe o imperativo dos direitos do homem; quanto mais a sociedade caminha para o individualismo hedonista, mais a individualidade humana aparece como valor último; quanto mais os megadiscursos históricos desmoronam, mais a *vida* e o respeito pela pessoa erigem-se em absoluto; quanto

mais a violência regride nos costumes, mais o Indivíduo é sacralizado (LIPOVETSKY, 1989, p. 281, grifo do autor)

Lipovetsky afirma que seria um equívoco comparar o ocaso do dever com a inexistência dos valores. Pelo contrário, cada vez mais exaltamos a tolerância, a honestidade e os direitos humanos, por exemplo. A tendência não é do abandono completo da moralidade, mas sim de sua reelaboração de acordo com uma base compartilhada de valores. “Costuma-se dizer que “Deus está morto”, mas nem por isso os critérios de avaliação entre o bem e o mal foram cancelados na alma humana individualista” (LIPOVETSKY, 2005b, p. 123).

É preciso abandonar a idéia fictícia de um mundo em que todos os critérios foram por água abaixo, em que os homens não se deixariam mais guiar por nenhuma crença ou dispositivo de natureza moral (LIPOVETSKY, 2005b, p. 125)

Ao perder o seu caráter coercitivo, a noção do dever assume uma roupagem mais sentimental. A bondade é provocada não mais por um imperativo, mas pelo vínculo emotivo: o ato bom é resultado de uma identificação sentimental com o outro. E a tendência à individualização crescente – que parece, à primeira vista, resultar na completa indiferença entre os homens –, estimula mais ainda essa identificação.

Quanto mais existimos como pessoa particular, mais é sentida a aflição ou a dor do outro; o sangue, os atentados à integridade corporal se transformam em espetáculos insuportáveis, a dor parece como uma aberração caótica e escandalosa [...]. Portanto, o individualismo produz dois efeitos inversos e, no entanto, complementares: indiferença ao outro e sensibilidade à dor do outro. (LIPOVETSKY, 2005a, p. 167)

O pretenso vazio ético que caracteriza a nossa época nada mais é, portanto, que o afrouxamento do modo como nos relacionamos com a moralidade. E mesmo que a ética tenha perdido seu caráter coercitivo e que os homens não estejam mais constrangidos pela sua força, os valores permanecem porque os indivíduos se identificam com os outros, motivo pelo qual continuam exercendo o bem no relacionamento inter-individual.

5.3 A ética empresarial

Além da permanência de valores morais sob uma força que não é a do dever e com uma base comum que é respeitada por todos, a sociedade contemporânea ainda é caracterizada pela emergência de um outro tipo de ética, a ética empresarial. Lipovetsky observa que o domínio dos negócios tem sido invadido por preocupações morais.

Cada vez mais, os grandes grupos contratam responsáveis éticos – os deontólogos – e fixam-se os códigos de ética, formulando as regras de boa conduta e de boas práticas profissionais. A época vê também o desenvolvimento de um marketing ético e de um buquê de fundações voltadas para o cidadão. Enfim, a maioria dos grandes bancos e algumas companhias de seguro propõem agora “produtos éticos”, fundos socialmente responsáveis com a ambição de conjugar performance financeira e respeito de certos valores humanos, sociais e ambientais. (LIPOVETSKY, 2004a, p. 41)

O autor, no entanto, admite que essa tendência não passa de uma utilização instrumental da moralidade, no sentido de que as virtudes são usadas com o objetivo de melhorar a imagem da empresa. Mesmo reconhecendo o utilitarismo no mundo dos negócios, o autor vê nisso um sentido positivo, uma vez que a atitude das empresas ajuda a disseminar pela sociedade os valores que ela toma para si com objetivos financeiros. Por um lado, o sociólogo reconhece que “a ética dos negócios não é em nada uma moral desinteressada” e que é “um novo instrumento de valorização das empresas no mercado” (2004a, p. 47). Por outro, no entanto, Lipovetsky afirma que isso é bom em última análise, pois contribui para a difusão desses valores.

Há progresso humano quando, em lugar de banir todo e qualquer sentimento dos negócios, começa-se a considerar valores, mesmo que por interesse ou cálculo. [...] sob a alegação de que há interesse, deve-se concluir que tal operação é imoral? Deve-se condená-la por não ser

absolutamente pura? Atitude excessiva, pouco razoável, a meu ver. [...] Não vejo o que pode ser condenável quando o interesse econômico obriga a considerar ética e solidariedade. Creio mesmo que é elogiável, mesmo se as ações não são puras moralmente. (LIPOVETSKY, 2004a, p. 57)

Lipovetsky ressalta a necessidade de que esse traço da cultura empresarial contemporânea seja mostrado argumentando que ele não é óbvio, uma vez que, para o senso comum, o mundo dos negócios não é associado a qualquer respeito pela ética. Muito pelo contrário: a opinião dominante vincula a cultura empresarial à imoralidade ambiciosa, à aspiração pelo lucro sem considerações morais.

[...] essa valorização da ética é tudo menos evidente, sobretudo quando nos remetemos à opinião tradicionalmente dominante nos negócios, ou seja, como dizem pragmaticamente nossos amigos anglo-saxões, *business is business*, expressão que indica a própria ideologia da mão invisível, cujo princípio é o de que a economia não necessita de virtudes morais e dos bons sentimentos recíprocos dos homens. (LIPOVETSKY, 2004a, p. 42, grifo do autor)

Além de chamar atenção para esse traço de moralidade no mundo dos negócios, o autor também distingue três níveis de ética, segundo os quais se pode dizer se uma empresa age mal ou bem, ou quando deveria proceder deste ou daquele modo. Há situações que demandam uma ética *absoluta* por parte das empresas, e há os casos que não exigem uma postura tão drástica, em que a ética pode ser *indeterminada* ou *facultativa*.

No primeiro caso, estão aquelas situações que dizem respeito, por exemplo, à saúde do funcionário. É absolutamente antiético que a empresa não intervenha quando está em jogo a vida ou a segurança de alguém, ou que aja de modo a colocar funcionários ou consumidores em risco. Nesses exemplos, a ética da empresa é absoluta, incondicional.

A ética é indeterminada nos casos que exigem respostas relativas. Vender armas ou cigarros, por exemplo: trata-se de situações que dependem mais da consciência pessoal daquele que decide do que propriamente de um princípio ao qual se deve submeter incondicionalmente.

Por fim, o autor caracteriza a ética facultativa. “Nem tudo que é bom moralmente deve ser obrigatório para uma empresa”, escreve Lipovetsky (LIPOVETSKY, 2004a, p. 58). Em outras palavras, há boas ações que uma empresa pode ou não pode fazer, mas que não devem ser prescritas simplesmente por serem boas. Organizações filantrópicas podem ajudar muitas pessoas, mas nem por isso toda empresa deve fundar e manter a sua. É facultativo, e não obrigatório, que se contratem funcionários para que o desemprego diminua. Escreve o autor que o “objetivo primeiro [da empresa] é ser eficaz na ordem econômica, criar riquezas úteis para os homens, ter lucro para conseguir inovar” (2004a, p. 58), e não que seja altruísta. Justamente por esse motivo é que a boa ação no mundo dos negócios é uma atitude facultativa.

A caracterização moral de nossa época feita por Lipovetsky mostra que, ao contrário do que pretendem os teóricos pessimistas da cultura de massa, os homens não vivem em um vazio ético. O autor argumenta pela permanência de certos valores – ligados principalmente aos direitos humanos –, e é isso que o opõe aos críticos da cultura de consumo. Além disso, Lipovetsky dá conta de uma “moralização” do mundo dos negócios que contraria as teses de que as empresas se movam no mercado sem qualquer consideração pelos preceitos éticos. A constatação do autor desse fenômeno é importante para sublinhar a força que os valores possuem em nossa época. Ora, se esse conjunto moral não tivesse nenhuma importância na cultura contemporânea, seria ele utilizado pelas companhias com vistas ao lucro? O argumento de Lipovetsky, antes de ser uma defesa teórica das empresas, mostra que a ética é algo, sim, presente em nosso tempo.

6 A NOVA MULHER

Lipovetsky identifica uma nova configuração do feminino, que se opõe às maneiras como a identidade da mulher foi construída em épocas anteriores à nossa. A essa nova configuração Lipovetsky dá o nome de *terceira mulher*. No decorrer deste capítulo, veremos quais são as características dessa mulher contemporânea e em que ela se opõe aos tipos femininos historicamente precedentes.

Além de identificar essa nova mulher, o autor dá conta de uma aproximação entre os dois sexos. Essa proximidade crescente é diagnosticada a partir das características femininas que os homens apresentam nos dias atuais, e vice-versa, na virilização das mulheres. No entanto, essa aproximação não conduz à indiferenciação completa entre os sexos, ela não vai até o limite de sua dinâmica. Mesmo que masculino e feminino estejam se aproximando, ainda assim permanecem as diferenças, e, para Lipovetsky, elas vão continuar existindo. Explicar esse aparente paradoxo – a aproximação entre os sexos e a manutenção de suas diferenças – é outro dos objetivos deste capítulo.

Nos dois casos – tanto na aproximação dos sexos quanto na nova configuração do feminino –, veremos de que modo são associados por Lipovetsky à individualização, à democratização e a igualitarização. Os dois fenômenos acima esboçados são interpretados pelo autor como indícios tanto da valorização da liberdade individual quanto da igualdade e da democracia. Explicitar os fundamentos culturais desses dois fenômenos segundo a interpretação de Lipovetsky é, pois, o objetivo mais amplo deste capítulo.

6.1 As três mulheres

A terceira mulher é a denominação de Lipovetsky para uma nova configuração do feminino. Segundo o autor, há uma ruptura histórica no modo como a identidade feminina é construída. A principal característica desse novo tipo de mulher é a autonomia em relação aos homens, ou, em outras palavras, a nova mulher se caracteriza fundamentalmente pelo governo de si mesma.

Lipovetsky identifica dois tipos de identidades femininas que historicamente precederam a terceira mulher, com base nos papéis que historicamente lhe antecederam. A esses dois tipos o autor dá o nome de *primeira mulher*, ou *mulher depreciada*, e *segunda mulher*, ou *mulher enaltecida*.

6.1.1 Mulher depreciada e mulher enaltecida

O autor inicialmente afirma que há um princípio universal que estrutura as coletividades humanas desde os tempos mais remotos. Esse princípio é a divisão social dos papéis atribuídos aos homens e as mulheres, que, segundo Lipovetsky, podem variar de uma sociedade para outra. Ele afirma ainda que há outro princípio, igualmente universal, que é o da dominação masculina. Segundo Lipovetsky, mesmo que mude a divisão dos papéis, essa variação vai sempre se dar dentro de um contexto hierarquizado. Historicamente, portanto, os papéis foram diferentemente atribuídos a homens e mulheres, além de serem diferentemente

valorizados. “As trocas matrimoniais, as tarefas valorizadas, as atividades nobres da guerra e da política estão nas mãos dos homens”, escreve Lipovetsky (2000, p. 232).

A identidade da mulher depreciada é aquela que historicamente foi construída segundo esses princípios da diferenciação e hierarquia. Embora sejam valorizadas em algumas culturas – o que é uma exceção –, as mulheres desse tipo foram em geral associadas a vícios e maldades, à licenciosidade, etc. A mulher depreciada foi definida sempre em termos de negatividade.

Exaltação da superioridade viril, exclusão das mulheres das esferas prestigiosas, inferiorização do feminino, assimilação do segundo sexo ao mal e à desordem: a lei mais geral das sociedades compõe na longuíssima duração da história a dominância social, política e simbólica dos machos. [...] Mulher, mal necessário confinado nas atividades sem brilho, ser inferior sistematicamente desvalorizado ou desprezado pelos homens: isso desenha o modelo da “primeira mulher” (LIPOVETSKY, 2000, p. 232-234)

A partir do século XII, o desenho da figura feminina ganhou outras cores e formas, menos negativas: trata-se da mulher enaltecida. Nesse período, as mulheres passaram a ser idealizadas. Com a sacralização da sua figura, as mulheres terão a sua natureza, papel e imagem louvados e honrados.

Mas, mesmo que tenham ganhado esse espaço simbólico nas sociedades, as mulheres permaneceram em um lugar na prática inferior ao do homem. O princípio da hierarquia se mantém, mesmo que a figura feminina passe agora a ser enaltecida. O discurso masculino de louvor não interdito o valor arraigado da subestimação de seu papel.

À sanha depreciativa tradicional sucedeu a sacralização do feminino. Evidentemente, essa idealização desmedida da mulher não aboliu a realidade da hierarquia social dos sexos. As decisões importantes continuam a ser assunto dos homens, a mulher não desempenha nenhum papel na vida política, deve obediência ao marido, nega-se a ela a independência econômica e intelectual (LIPOVETSKY, 2000, p. 235)

A submissão do feminino, portanto, permanece, mesmo que o conteúdo de sua identidade tenha deixado de ter traços negativos. A mulher enaltecida é uma reedição do

princípio da diferenciação e da hierarquia entre os gêneros. O discurso de louvor à figura feminina não passou disso, não ultrapassou o limite das diferenças sexuais para incensar a igualdade na prática.

6.1.2 A mulher indeterminada

Enquanto a identidade feminina foi construída ao longo dos anos tendo como pano de fundo aquilo que os homens pensavam das mulheres, isso vai mudar de registro com a ascensão da mulher indeterminada. O novo tipo feminino constitui-se fundamentalmente por sua independência em relação à dominação exercida pelos homens no que toca à construção dos papéis. A terceira mulher é um “novo modelo que se caracteriza por sua autonomização em relação à influência tradicional exercida pelos homens sobre as definições e significações imaginário-sociais da mulher” (LIPOVETSKY, 2000, p. 236)

Com os dois tipos que precederam a terceira mulher, os homens sempre foram a pedra de toque da definição da identidade feminina, seja depreciando-a ou a enaltecendo. Nos períodos que antecederam a nossa época, as mulheres seguiram um caminho já traçado pela tradição, um campo anexado pelos homens pelo seu poder simbólico e prático. Atualmente, no entanto, já não são mais eles que atribuem às mulheres aquilo que elas são ou devem ser, mas é a mulher indeterminada que o faz, pois está no governo de si mesma.

Assim, quando as mulheres deixam de se reconhecer nos papéis que não são da suas escolhas, a hierarquização entre machos e fêmeas desaba. As mulheres são autônomas para se definirem como queiram. Se a segunda mulher era uma criação ideal dos homens, a terceira mulher é uma autocriação feminina.

Tudo, na existência feminina, tornou-se escolha, objeto de interrogação e de arbitragem; nenhuma atividade mais está, em princípio, fechada às mulheres, nada mais fixa imperativamente seu lugar na ordem social. [...] Tanto a primeira como a segunda mulher estavam subordinadas ao homem; a terceira mulher é sujeita de si mesma (LIPOVETSKY, 2000, p. 237)

A independência das mulheres é algo agora difundido, e a presença delas em importantes lugares na sociedade, que até então lhes eram interditados, é prova disso. No entanto, mesmo que reconheça uma dinâmica de equivalência social entre os dois sexos, Lipovetsky não deixa de chamar atenção para a permanência de certas hierarquias. “Geralmente”, escreve o autor, “a realização profissional do homem é considerada em primeiro lugar em relação à da mulher” (2000, p. 241). O autor simplesmente assinala uma *tendência* ao dizer que mais mulheres vão ocupar no futuro mais lugares importantes e de alto nível de responsabilidade. Mas, mesmo que se tenham estreitado as diferenças sociais entre os sexos, ainda há resquícios da hierarquia de gênero. No que toca ao campo da profissão e do trabalho, certos encargos impedem a mulher de avançar mais, como a responsabilidade materna e familiar. Ou seja, homens e mulheres não constroem suas vidas profissionais sob as mesmas condições. “Por trás da aparência de permutabilidade dos papéis, reorganizam-se inscrições sociais diferenciais de cada sexo diante do trabalho e da família” (LIPOVETSKY, 2000, p. 241). Portanto, reconhece Lipovetsky, esse modelo de troca dos papéis é indefensável na prática. Para o autor, as teses do triunfo feminista no poder devem ser atenuadas, tratadas com mais cautela, pois as diferenças, embora menores do que outrora, permanecem.

6.2 Indistinção entre os sexos

As diferenças entre os gêneros estão se tornando mais fluidas. Homens comportam-se cada vez mais com traços femininos, e mulheres, com traços viris. A feminilização dos homens pode ser observada na valorização da aparência masculina nos nossos dias. A crescente venda de produtos para o cuidado do corpo para os homens ilustra a preocupação estética masculina.

Lipovetsky, no entanto, nega que essa seja uma questão de feminilização do homem. “Estamos muito longe de uma cultura cuja característica seja a adoção, pelos homens, de práticas até então especificamente femininas” (LIPOVETSKY, 2000, p. 193). O ponto aqui é outro: trata-se de narcisismo. Na nossa época, a obsessão por si mesmo e pelo próprio corpo ganha força, e é exatamente isso que atinge tanto os homens quanto as mulheres. A cultura contemporânea valoriza a soberania individual, e isso inclui as preocupações estéticas pessoais. Portanto, o que está na ordem do dia é antes o narcisismo do que a indistinção dos sexos. Os valores individualistas conduzem ao aprimoramento de si mesmo, à recusa dos erros da natureza que porventura tenham marcado a aparência pessoal.

Em nossas sociedades, as novas normas do corpo exacerbam as paixões narcísicas de autovigilância, de autoconservação, e de otimização da aparência [...]. A partir disso, o investimento feminino na aparência deve ser pensado menos como uma sobrevivência do que como resultado das normas contemporâneas do corpo e do ego, do maior bem-estar e da soberania sobre si (LIPOVETSKY, 2000, p. 195)

A preocupação estética consigo mesmo é resultado da valorização contemporânea da individualidade. “Assim”, escreve Lipovetsky, “os desejos de conformidade estética que se desenvolvem está apenas aparentemente em contradição com o impulso da cultura individualista” (2000, p. 143). Para Lipovetsky, se fosse uma questão de feminilização do homem, as mulheres não continuariam sendo as maiores consumidoras de produtos estéticos, como de fato o são.

Lipovetsky reconhece mesmo assim que há uma dinâmica que iguala homens e mulheres na cultura contemporânea. E o âmbito profissional dá indícios disso. As

características de autonomia, soberania de si da terceira mulher são resultados da valorização da autonomia como um todo, inclusive entre os homens. E esse processo de democratização das profissões – isto é, as mulheres tendo o mesmo acesso que os homens aos postos de trabalhos que antes eram estritamente masculinos, e vice-versa – é justamente o resultado na prática dessa valorização da autonomia. A mesma cultura que erige a autonomia e a determinação individual como valores universais (*universais* no sentido de que valem igualmente para homens e mulheres) é aquela que exulta que as mulheres sejam mais donas de si.

Agora, o “interesse pelo trabalho”, assim como a iniciativa e a responsabilidade profissional, são expectativas prioritárias das mulheres ativas. O trabalho feminino já não aparece como um último recurso, mas como uma exigência individual e identitária, uma condição para realizar-se na existência, um meio de auto-afirmação (LIPOVETSKY, 2000, p. 221)

Escreve o autor que o avanço dos valores democráticos motivou uma “reivindicação mais forte de apropriação de si em matéria de vida profissional”, entre outros campos da vida, como o familiar e sexual (2000, p. 32). Ora, se antes o topo do mundo profissional era ocupado por homens, e se hoje as mulheres são estimuladas a ir cada vez mais longe, é natural que a chegada delas aos pontos mais altos da escala social pareça conduzir a uma indiferenciação entre os sexos, como se houvesse uma permutabilidade completa entre homens e mulheres. Há, na verdade, a tendência de igualar as condições entre os dois sexos.

O mundo profissional, que ilustra a dinâmica do processo de igualdade na sociedade, está se tornando sexualmente indiferenciado, mesmo que ainda permaneçam, como dissemos mais acima, certas diferenças nas condições sob as quais homens e mulheres têm de viver e ainda na identidade feminina e masculina. No entanto, o que mais interessa na dinâmica de aproximação dos dois gêneros é justamente que essas diferenças perdurem entre eles. Trata-se, aparentemente, de um paradoxo. “Já não devemos problematizar apenas as transformações dos papéis de sexo, mas também o enigma da perpetuação das diferenças no

próprio coração das sociedades da igualdade” (LIPOVETSKY, 2000, p. 49). Para o sociólogo, a permanência da distância entre os sexos é algo mais característico de nossa época do que a convergência deles.

É a continuidade relativa dos papéis de sexo que aparece como o fenômeno mais enigmático, mais rico de conseqüências teóricas, mais capaz de nos fazer compreender a nova economia da identidade feminina nas sociedades da igualdade (LIPOVETSKY, 2000, p. 12-13)

Mesmo que a cultura contemporânea valorize o princípio da igualdade entre os sexos e da soberania individual, há certos traços de identidade que permanecem diversos. Ou seja, ainda há um resquício da desigualdade que por séculos marcou a questão dos gêneros nas culturas anteriores à nossa. Essa dinâmica da igualdade – cuja força Lipovetsky não economiza palavras para caracterizar – não vai até o limite de si mesma. Antes de um todo de gênero indefinido, de uma “convergência ‘unissex’”, como se lê à contracapa de um dos livros de Lipovetsky, há, na verdade, um fosso que ainda mantém a identidade cultural dos dois sexos longes uma da outra.

A explicação de Lipovetsky para a permanência dessas diferenças – e, mais do que tudo, para a aceitação das mulheres dessas diferenças – não é a mais intuitiva: ele não associa o fato a algum resquício de poder masculino sobre as mulheres. Apesar de toda dinâmica da igualdade, os papéis das mulheres permanecem “femininos” – isto é, ligados ao lar, à família, aos filhos, aos sentimentos, etc. – porque estão de acordo com as exigências de autonomia da mulher. Antes de significar o efeito do poder masculino, o caráter diferenciado da identidade feminina na sociedade atual não destoia da valorização da autonomia individual.

Sem dúvida, o papel passivo do feminino se enfaça em uma tradição aceita, mas esta permite que se cumpram as exigências e as aspirações fundamentais da individualidade feminina livre e soberana. [...] A divisão sexual se perpetua não por inércia social, mas em razão de sua compatibilidade com as paixões modernas da valorização e da livre posse de si (LIPOVETSKY, 2000, p. 66)

Para Lipovetsky, há uma conciliação de traços tradicionais com modernos no que concerne à identidade feminina. A tradição se mostra nos caracteres privados, domésticos, afetivos e familiares que ainda são associados ao papel da mulher na sociedade. A mulher ainda é primordialmente *mãe*, que deve cuidar da família. O moderno se mostra na autonomia que as mulheres reivindicam para si e que a sociedade aprova, fazendo com que elas ocupem postos profissionais e ascendam socialmente.

Tanto a terceira mulher quanto a relativa indiferenciação sexual e ainda a permanência da diversidade entre os gêneros constituem, para Lipovetsky, indícios do avanço da democratização e da valorização da autonomia. A terceira mulher, ou mulher indeterminada, é o conceito feminino do indivíduo em plena posse de si. Lipovetsky assinala a presença da terceira mulher e lhe concede um espaço especial porque a valorização da autonomia passou a contemplar o sexo feminino a partir do século passado. Somente na cultura contemporânea é que a mulher vai ser estimulada culturalmente a ser dona de si. Seria contraditório para a argumentação de Lipovetsky que não houvesse autonomia feminina, uma vez que, para o sociólogo, esse valor é difundido por toda a sociedade contemporânea. Por ser, até o último século, uma figura cultural e socialmente subordinada, é que a mulher merece um lugar de destaque na obra do autor. Reconhecer o direito da mulher de possuir-se a si mesma é o mesmo que reconhecer que a autonomia é valorizada por toda a parte, justamente como quer mostrar Lipovetsky.

A aproximação dos dois sexos e a permanência das diferenças entre eles são indícios de uma dinâmica de igualitarização. Homens e mulheres estão cada vez mais equivalentes na sociedade porque lhes é reconhecido, tanto a uns e outros, o direito de livre disposição de si mesmos e de determinação individual. Isto é, homens e mulheres podem buscar as profissões que desejarem, independente do que tradicionalmente foi imposto para cada um dos gêneros. A valorização da autonomia é a chave da interpretação de Lipovetsky para esse ponto.

O fato de ainda perdurar a clivagem dos papéis de cada um dos sexos não constitui, entretanto, um paradoxo. As mulheres permanecem associadas a características historicamente femininas porque isso se adapta às suas exigências de autonomia. No cotidiano, isso se evidencia no caso das mulheres que fazem “jornada dupla”, isto é, tanto são profissionais inseridas no mercado de trabalho como se ocupam com as tarefas domésticas e cuidam dos filhos. O sexo feminino aceita esses resquícios da tradição e os adapta à valorização contemporânea da livre disposição de si.

Com esses dois pontos (a terceira mulher e a diferença cultural entre os gêneros), pretendemos evidenciar as linhas interpretativas que cruzam a reflexão de Lipovetsky. Como nos capítulos anteriores, o nosso objetivo foi mostrar como os fenômenos estudados pelo autor estão relacionados com a individualidade, a autonomia, a democratização, o princípio da igualdade, etc, que constituem o cerne do ponto de vista do sociólogo. Os fenômenos contemporâneos relativos às identidades sexuais são mais indícios que Lipovetsky nos dá da marcha desses valores modernos que ele leva em conta em sua reflexão.

7 UMA CRÍTICA A LIPOVETSKY

A obra de Gilles Lipovetsky de certa forma absolve nossa época de seus vícios. O consumo desenfreado é vetor de individualização, a publicidade não é perniciosa porque respeita e até estimula as especificidades de cada pessoa, a política estetizada não é nefasta porque ajuda a consolidar a democracia, etc. O discurso do sociólogo, antes de qualquer coisa é laudatório.

No entanto, a pura objeção à euforia de Lipovetsky com a cultura de massa não é argumento. Se o autor aprova ou desaprova o que acontece sob os seus olhos, isso não deve ser matéria de debate, a não ser que queiramos discordar em relação aos fatos, dizendo que tal ou tal evento é de modo diverso do que o autor diz.

É necessário assinalar que Lipovetsky não só peca pelo elogio como ignora aspectos negativos de nossa época. As patologias psicológicas derivadas na essência da configuração social contemporânea (especialmente ansiedades, angústias e a solidão) têm um lugar marginal na obra do autor: ele as cita aqui e ali sem deter-se demoradamente em explicar como a sociedade de massa *também* pode ter esses defeitos. O certo é que, para um autor que pretende descrever minuciosamente os fenômenos, o déficit empírico é grande.

Lipovetsky, além disso, não se atém aos modos como o irracionalismo ainda irrompe na nossa época, na forma do uso de drogas e da auto-destruição, por exemplo, que são o oposto do bem-estar apregoado como valor dominante pelo autor. A pacificação dos conflitos – sejam objetivos ou subjetivos – anunciada na sociedade edulcorada do autor carece, em suma, de alguns amparos.

Se na definição de Salvador Giner, os teóricos pessimistas concebiam o homem sob a massificação como o inverso do ideal liberal e individualista, Lipovetsky parece defini-lo

pelo ideal mesmo: o homem *é* livre, *é* sujeito de si mesmo, *é* diferente de outros homens e sua conduta *é* racional. Tanto esta concepção quanto aquela, se não estiverem balançadas cada uma com o seu oposto, soam um pouco fantasiosas.

No decorrer deste capítulo final, a nossa intenção *é* debater certos pontos que dizem respeito à realidade do objeto de que trata Lipovetsky – isto *é*, a sociedade e a cultura de massa em si – e também divergir do autor em alguns pontos internos de sua obra. O objetivo *é* verificar se aqueles aspectos principais do seu pensamento, mencionados em capítulos anteriores, são coerentes se confrontados com o sentido amplo que os fenômenos da massificação e do consumo têm para ele.

A dinâmica do avanço do individualismo, que permeia todos os outros aspectos relevantes da obra do autor, *é* associada ao contato com informações de quantidade abundante e qualidade diversa. Ou seja, está vinculada à massificação que caracteriza a comunicação contemporânea. Os meios de comunicação, para Lipovetsky, seriam *vetores* de individualização.

O problema *é* que o uso amplo e penetrante desses meios nem sempre conduz à individualização. A bem da verdade, podem servir para o oposto disso. Como lembra Salvador Giner, a comunicação de massa também contribui para solidificar sociedades totalitárias, cuja ordem depende da indiferenciação e passividade das pessoas (GINER, 1979). A diferença entre uma sociedade despótica e uma democrática, nos diz Giner, está em outro terreno, que não o da tecnologia da comunicação: na tradição da tolerância, respeito pelo governo e consenso em torno das instituições democráticas. A comunicação massiva, por si só, não facilita o florescimento do individualismo porque pode propiciar o surgimento de regimes sociais em que a própria individualidade *é* vedada. A decisão entre um regime despótico e o outro liberal – e a conseqüente possibilidade de florescimento individual em

cada um deles – está, antes de qualquer coisa, no consenso sobre o valor da democracia e da liberdade. Eis um motivo pelo qual a argumentação de Lipovetsky falha nesse ponto.

Além disso, o fenômeno da privatização da existência individual – pelo qual cada um deixa de se interessar por questões públicas e passa a considerar o próprio Eu como o núcleo valioso em que toda a energia deve ser empregada – conduz, no pensamento de Lipovetsky, a uma pacificação dos engajamentos revolucionários. Essa mudança provocaria uma paulatina consolidação da democracia, uma vez que haveria uma relativa indiferença das pessoas em subverter as instituições democráticas. O excessivo individualismo contemporâneo suavizaria as tensões políticas, contribuindo para a solidificação das instituições democráticas.

Esse fenômeno de costumes que é a privatização existencial pode deixar livre, contudo, o caminho para o surgimento de governos despóticos, como observa Rüdiger, mencionando a obra de Hanna Arendt (RÜDIGER, 1990). Ou seja: a indiferença em relação à coisa pública pode servir tanto para solidificar a democracia quanto para solapar suas bases. Da mesma forma que a comunicação, a privatização da existência pode provocar duas mudanças diametralmente opostas entre si (se considerarmos legítimo os dois pontos de vista), sem que haja uma conexão necessária entre o que são, aparentemente, causa e consequência. Esse paradoxo – mesmo que não seja interno à obra do autor, mas sim entre duas concepções teóricas diferentes – não é nem sequer mencionado.

No âmbito da moral, Lipovetsky afirma que há um relaxamento da forma normativa nos nossos atos. Fazemos o bem não por obediência a leis, mas por iniciativa própria. Ou seja, não há normas que devam ser seguidas. É o que o autor chama de *crepúsculo* do dever, ou pós-moralismo. Mesmo com esse afrouxamento, há uma série de valores que são consensuais em nossa cultura, como, por exemplo, os direitos humanos. Em torno destes, nos parece dizer Lipovetsky, perdura um modo mais “moralista”, por assim dizer, de consenso.

No entanto, a vigência desses valores não é associada, à maneira de Shils, à ordem na sociedade. Se, no teórico norte-americano, certos valores centrais mantinham a coesão da sociedade, em Lipovetsky essa manutenção não é explicitada. Como pode uma sociedade “funcionar” ordeiramente quando os valores do hedonismo – que expande os direitos de cada um conforme as vontades de cada um – são exaltados em toda parte? O resultado de uma existência plenamente hedonista parece ser a desintegração social generalizada. Justamente a defesa da ordem da sociedade de consumo massificada – em que há o crescimento dos direitos humanos até o limite da plena liberdade de conduta – é o que Lipovetsky não faz.

É necessário acrescentar que, quando o autor fala em respeito pelos direitos humanos e o consenso em torno deles, a exaltação cultural desses valores se aproxima muito de uma espécie de condescendência hedonista, em que cada pessoa é respeitada na busca do seu próprio bem estar e prazer, na sua “embriaguez de sensações”, para usar uma expressão do autor. Ao nosso ver, a desordem social – assunto em que Shils diverge veementemente dos teóricos pessimistas – não é um ponto suficientemente refutado por Lipovetsky.

A publicidade e o consumo, nos diz o autor, funcionam como vetor de individualização. A abundância do que se pode comprar corresponde e estimula a variedade do consumidor. A publicidade, por sua vez, exerce seu papel ao estimular o indivíduo a escolher. Nesse sentido, a sociedade de consumo exige que cada um tome posição – isto é, que cada um *escolha* – ao mesmo tempo em que favorece que essas decisões sejam cada vez mais diversas entre as pessoas e abundantes em cada uma delas.

O problema aqui é que a individualização e a plena posse de si são associadas a um fenômeno caracterizado pelo abandono do homem às suas paixões, que é o consumismo. Lipovetsky parece ignorar que muitas vezes se compra por impulso e que aquele bem-estar individual que ele pretende que seja o objetivo do consumo não passa freqüentemente de disponibilidade financeira ou um capricho que se podem conceder as pessoas de mais posse. E

mesmo quando o autor afirma que a “democratização do mundo material” ocasionou que os objetos perdessem importância (o consumo generalizado indicaria que cada objeto consumido não tem valor *em si*), ele não considera a hipótese de que a alienação possa não se dar em função deste ou daquele objeto consumido, mas do processo como um todo, do consumo desenfreado em si. O que faz o indivíduo perder-se, afastar-se de si e nutrir desejos que não são os seus próprios pode não ser necessariamente a publicidade de um produto específico e o objeto determinado que é adquirido, mas o próprio consumo como um todo. É estranho que Lipovetsky vincule um ato que em geral envolve certas paixões e euforia ao uso pleno da razão, e que acrescente que isso torne os indivíduos cada vez mais específicos, diferentes entre si, individualizados. À primeira vista, a hipótese de Lipovetsky parece estranha, e, em uma análise mais aprofundada, esse estranhamento permanece.

Esses problemas levantados ao longo deste capítulo nos parecem ser os que necessitam de uma crítica mais urgente, e que, à leitura da obra de Lipovetsky, nos saltaram mais à vista. Naturalmente, um leitor mais instruído se daria conta de outros pontos conflitantes da obra do autor. Em todo o caso, o que criticamos é somente o ponto de entrada para uma análise mais profunda do pensamento de Lipovetsky, sociólogo cuja produção intelectual segue.

8 CONCLUSÃO

Este trabalho monográfico pretendia ser um esboço dos aspectos principais da obra de Gilles Lipovetsky. Ainda que seja superficial a abordagem de cada ponto, a nossa intenção foi conseguir amplitude, isto é, contemplar as várias questões envolvidas no pensamento do autor. Ao escolher tratar de individualismo, cultura de massa e a ética e o feminino na nossa época, pensamos ter sido bem sucedidos: cada um desses pontos é relevante na obra de Lipovetsky. À exceção da questão do feminino e da terceira mulher, os aspectos restantes sintetizam muito bem o pensamento do autor sobre a sociedade e, sobretudo, cultura contemporânea.

Na introdução, dizíamos que Lipovetsky é um modernista liberal. É evidente que esse tipo de afirmação é arriscado, e foi necessário comprová-la. Em cada um dos quatro capítulos concernentes à obra do autor, cuidamos em concluir com observações de como as questões tratadas nas páginas anteriores se relacionavam com a visão de mundo de Lipovetsky. A pura e simples menção daqueles pontos não passaria de um resumo se não os vinculássemos à síntese do pensamento do autor. Não queríamos apreender somente os aspectos, mas o todo, o sentido mais profundo da obra do sociólogo.

Mas Lipovetsky não é o único do seu tipo: houve outros pensadores que trataram do mesmo assunto que ele, e dos modos mais diversos. Para não lançarmos a obra do autor num vácuo intelectual, procedemos à contextualização da teoria, resgatando – dentro dos limites de uma monografia – seus antecessores, tanto os antagônicos quanto os favoráveis ao seu ponto de vista. Embora não tenhamos exaurido a obra de nenhum pensador, a consideração da teoria pessimista da cultura de massa foi suficientemente ampla para delimitar as fronteiras entre uma posição mais conservadora e outra mais progressista.

Quisemos mostrar que o ponto de vista de Lipovetsky tem os seus ferozes opositores. Em relação às questões sociológicas, o consenso intelectual evidentemente não é a tônica.

Além disso, assim com há uma frontal discordância entre conservadores e progressistas, dentro de cada um dos lados da disputa também existem certas divergências. No âmbito dos progressistas, Edward Shils e Alan Swingewood são um exemplo disso. Para um, a massificação é um fato: mais e mais pessoas estão integradas ao centro da sociedade e participando de decisões. Para outro, a massificação é um mito, que esconde a relação de dominação de uns pelos outros sob a capa de uma cultura pretensamente igualitária e universal. Essa divergência é necessária para mostrar que o pensamento de Lipovetsky pode estar sujeito a objeções sem que seja necessário ignorar a nossa época e idealizar uma pré-modernidade culturalmente sofisticada.

Por fim, é necessário retomar uma frase enunciada na introdução deste trabalho: Lipovetsky legitima a nossa cultura. Isso porque, como já dissemos, a menção dos “defeitos” contemporâneos não é vista com frequência em sua obra. A sociedade de massa e sua cultura de certa forma ganham força, porque a crítica dos vícios não é feita. É nesse sentido que afirmamos antes que objeções à obra do autor são como objeções à sociedade massificada como um todo. Cada uma daqueles pontos criticados pode funcionar como um aviso para certas tendências perniciosas da sociedade, que não são levadas em conta com a atenção necessária pelo autor.

Este trabalho, portanto, está findo, e seu percurso, descrito. Contudo, o esforço empreendido em escrevê-lo não se esgota aqui. A obra de Lipovetsky desperta interesse no autor, e há a possibilidade de que seja retomada em níveis mais altos da instrução acadêmica.

REFERÊNCIAS

BELL, Daniel. Crítica da Visão dos Estados Unidos como uma Sociedade de Massa. In: BELL, Daniel. **O Fim da Ideologia**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1980.

_____. Modernidade e sociedade de massa: variedade da experiência cultural. In: **A indústria da cultura**. Lisboa: Meridiano, 1971.

GINER, Salvador. **Sociedad masa: crítica del pensamiento conservador**. Barcelona: Península, 1979.

LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo**. Barueri, SP: Manole, 2005a.

_____. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

_____. **Metamorfoses da cultura liberal: ética, mídia e empresa**. Porto Alegre: Sulina, 2004a.

_____. **A sociedade pós-moralista: o crepúsculo do dever e a ética indolor dos novos tempos democráticos**. Barueri, SP: Manole, 2005b.

_____. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004b.

_____. **A terceira mulher: permanência e revolução do feminino**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

LIPOVETSKY, Gilles; ROUX, Elyette. **O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005c.

ORTEGA Y GASSET, José. **A rebelião das massas**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

MACDONALD, Dwight. Massicultura e medicultura. In: MACDONALD, Dwight. et al. **A indústria da cultura**. Lisboa: Meridiano, 1971.

_____. Uma teoria da cultura de massa. In: ROSENBERG, Bernard: WHITE, David Manning (org). **Cultura de massa: as artes populares nos Estados Unidos**. São Paulo: Cultrix, 1973.

RÜDIGER, Francisco. O elogio da frivolidade. In: **Intercom Vol. 13**. São Paulo: 1990.

_____. A Escola de Frankfurt. In: HOHLFELDT, Antonio: MARTINO, Luiz C: FRANÇA, Vera Veiga (org.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

SHILS, Edward. Centre and periphery. In: **The Logic of Personal Knowledge: Essays Presented to Michael Polanyi**. Londres: Routledge & Kegan Paul, 1961.

_____. The high culture of the age. In: WILSON, Robert N (ed.). **The arts in society**. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1964

_____. A sociedade de massa e sua cultura. In: MACDONALD, Dwight. et al. **A indústria da cultura**. Lisboa: Meridiano, 1971.

_____. The study of the primary group. In: LASSWELL, H: LERNER, D (org.). **The policy sciences**. Palo Alto: Stanford University Press, 1951.

_____. The theory of mass society. In: **Diogenes 39** (1962).

SLOTEDIJK, Peter. **Desprezo das massas: ensaio sobre lutas culturais na sociedade moderna**. São Paulo: Estação Liberdade, 2002.

STRINATI, Dominic. **Cultura popular: uma introdução**. São Paulo: Hedra, 1999.

SWINGEWOOD, Alan. **O mito da cultura de massa**. Rio de Janeiro: Interciência, 1978.