

# ALGUMAS CARACTERÍSTICAS DA PÓS-MODERNIDADE NA CONCEPÇÃO DE GILLES LIPOVETSKY

*Some characteristics of post-modern era in design of Gilles Lipovetsky*

Daniel Nery da Cruz\*

---

**Resumo:** Este trabalho tem como objetivo esclarecer a concepção de Lipovetsky sobre a pós-modernidade, descrever o que se entende com os termos *modernidade e pós-modernidade* e o tipo de sociedade que dela emerge. O pós-moderno trata-se, em resumo, de uma época em mudança, caracterizada por uma sociedade fluida, marcada por muitos contrastes, uma sociedade mais tolerante onde uma ampla variedade de estilos de vida diferentes entre si coabitam e em que se exacerbam os valores herdados da modernidade. O pós-modernismo, termômetro dessa mudança, eleva-se como uma fase de transição complexa para um novo tipo de sociedade denominada por Lipovetsky de *hipermoderna* e, sob a ótica do consumo, ela ainda pode ser descrita como a sociedade do *hiperconsumo*. Ao mesmo tempo em que o capítulo assinala algumas características de nossa época, também são apontadas notas que caracterizam o modo de vida do indivíduo contemporâneo.

**Palavras-chave:** Lipovetsky,  
hipermodernidade, pós-modernidade.

**Abstract:** This paper aims to clarify the concept of Lipovetsky on post-modernity, describe what is meant with the terms modernity and post-modernity and the kind of society that emerges. The post-modern it is, in short, a time change, a society characterized by fluid, marked by many contrasts, a more tolerant society where a wide variety of different lifestyles coexist with each other and that exacerbate the inherited values of modernity. The Post-modernism thermometer that change, stands as a complex transition to a new type of society called for by Lipovetsky hypermodern and, the perspective of the consumer, it can still be described as a society of hyper consumption. At the same time the chapter marks some characteristic of our time, are also pointed notes that characterize the way of life of the contemporary individual.

**Keywords:** Lipovetsky, hypermodern, post-modernity.

---

\* Mestrando em Filosofia pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS. Pesquisador do Núcleo Avançado de Estudos da Contemporaneidade – UESB. Bolsista Capes. Contato: danielncruz@hotmail.com

## 1. Pós-Modernidade

É um traço comum entre os pensadores contemporâneos pensar sobre a sociedade em toda sua complexidade. Desde vários pontos de vista como, por exemplo, o antropológico, o científico, o sociológico e o filosófico, se buscam compreender o tempo atual a fim de gerar um único conceito que dê conta dos fenômenos sociais e suas implicações. François Lyotard trabalha com o conceito-chave de “pós-modernidade” fazendo uma análise das condições do saber, apontando a sua natureza conectada ao núcleo de uma mudança tanto cultural como histórica. Assim, afirma: “Nossa hipótese de trabalho é a de que o saber muda de estatuto ao mesmo tempo em que as sociedades entram na idade dita pós-moderna”<sup>1</sup>. Zygmunt Bauman, por outro lado, refere-se a uma “modernidade líquida”, período da história em que os preceitos duros, sólidos e sedimentados da modernidade derreteram-se<sup>2</sup>.

De todo modo, embora esses pensadores usem conceitos diferentes para discorrer sobre os fenômenos da contemporaneidade, um fio une todos eles, a *mudança*: “o conceito de pós-modernidade faz parte do pensamento social porque nos alerta para algumas mudanças sociais e culturais importantes que estão acontecendo neste final de século XX”<sup>3</sup>. Essa mudança é, no entanto, muitas vezes encarada como uma destruição de algo anterior para a entrada em uma nova formatação. Tomo como exemplo a concepção de Fredric Jameson, quando afirmava que “a pós-modernidade tem sido frequentemente caracterizada (por mim e por várias outras pessoas) como o fim de algo”<sup>4</sup>. Jameson, ainda complementando seu argumento, ressalta que é preciso registrar o retorno na pós-modernidade de uma série de coisas antigas das quais pensávamos ter-nos livrado definitivamente. Esse retorno é encarado por Lipovetsky como uma exacerbação de alguns princípios modernos.

Lipovetsky diz que a sociedade contemporânea é a experimentação das ideias da modernidade em seu grau mais avançado. Geralmente a modernidade é conceituada como oposição e superação da tradição dando lugar a uma sociedade baseada na ideia de progresso científico, técnico e industrial e de valorização do novo, do indivíduo e da razão como critério de validade e de certeza. A pós-modernidade, ao contrário, não pode ser simplesmente compreendida em termos de destruição do que foi instituído no passado, ou seja, não significa o *fim* da modernidade, mas uma versão exacerbada de algumas de suas características, como o desenvolvimento técnico e a valorização do individualismo. Por isso Lipovetsky prefere usar o termo “hiper-modernidade” para se referir a esse processo. O prefixo “hiper” faz menção a uma exacerbação dos valores da modernidade; é a cultura do excesso determinada e marcada pelo efêmero em que o sujeito, em ritmo frenético, busca a satisfação dos seus desejos.

De certo modo, Lipovetsky tem razão ao defender essa forma de entender o mundo atual e sua transformação e ajuda a quebrar o preconceito que foi forjado em relação a outras épocas. Como foi o

<sup>1</sup> LYOTARD, Jean-François. *The Postmodern Condition* (1979) publ. Manchester University Press, 1984, p.03.

<sup>2</sup> Cf. BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Tradução Plínio Dentzien, Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

<sup>3</sup> LYON, David. *Pós Modernidade*. São Paulo: Paulus, 1998, p.09.

<sup>4</sup> JAMESON, Fredric. *A Cultura do Dinheiro*. Petrópolis: Vozes: 2001, p.95.

caso da caracterização equivocada da Idade Média como uma era imersa na ignorância, sem levar em consideração que as bases do conhecimento moderno originaram-se justamente no período medieval. Uma era não anula completamente a outra. A história conta as atrocidades cometidas na Idade Média, uma era de sociedades analfabetas, mas também conta os terríveis massacres modernos como a mutilação de milhares de pessoas inocentes nas duas grandes guerras, numa era tida como esclarecida. Se fôssemos comparar catástrofes provocadas pelo homem em cada época, a nossa estaria muito a frente nesse requisito. Nesse aspecto, Lipovetsky merece crédito, pois, em sua análise, na pós-modernidade, o processo de transformações sociais contemporâneas segue uma lógica que não leva a uma desvinculação ou destruição completa dos ideais modernos, mas, sua coabitação em uma base compartilhada de valores. Claro que esses princípios modernos na contemporaneidade são readaptados para “uma sociedade liberal, caracterizada pelo movimento, pela fluidez, pela flexibilidade; indiferente como nunca antes se foi aos grandes princípios estruturantes da modernidade, que precisaram adaptar-se ao ritmo hipermoderno para não desaparecer”<sup>5</sup>.

Em *A era do vazio*, Lipovetsky chama a atenção para a fragmentação da sociedade e seus costumes, o consumo, o hedonismo, o individualismo e a urgência de um novo paradigma social. Essa época, principalmente o século XX, é um ambiente de muitos contrastes, em que mudanças e acontecimentos desastrosos dão a ideia de uma deserção social em grande escala ocorrida na trajetória humana:

[O] desenraizamento sistemático das populações rurais, depois urbanas, langores românticos, o spleendandy, Oradour, os genocídios e etnocídios, Hiroshima devastada em dez quilômetros quadrados, com 75 mil mortos e 62 mil construções destruídas, os milhões de toneladas de bombas jogadas sobre o Vietnã e a guerra ecológica com produtos herbicidas, a escalada do estoque mundial de armas nucleares, Phnom Penh espoliada pelos Khmers vermelhos, as figuras do niilismo europeu, os personagens mortos vivos de Beckett, a angústia e a desolação interior Antonioni, Messidor de A. Tanner, o acidente de Harrisburg ... com certeza a lista se alongaria desmesuradamente se quiséssemos inventar todos os nomes do deserto<sup>6</sup>.

É interessante notar que, para Lipovetsky, diferentemente de outros críticos, esse deserto, paradoxalmente se alastra no interior das pessoas, sem catástrofes, sem tragédias ou vertigem e acaba por se identificar com o nada e com a morte: “Não é verdade que o deserto induz à contemplação de crepúsculos mórbidos. [...] O deserto se alastra e nele lemos a ameaça absoluta, o poder do negativo, o símbolo do trabalho mortífero dos tempos modernos até seu termo apocalíptico”<sup>7</sup>.

Um deserto que não se identifica com a visão pessimista, muitas vezes assumida por vários teóricos, que definem a sociedade pós-moderna como decadente de seus valores. Porém, defender esse otimismo pode parecer um equívoco quando se analisam os efeitos negativos do mau uso do poder humano apontado por muitos historiadores. O dadaísmo, movimento artístico surgido durante a

<sup>5</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarola, 2004, p.26.

<sup>6</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *Modernidade Líquida*. Tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005, p.17.

<sup>7</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *Modernidade Líquida*, p.18.

primeira Guerra Mundial, pode exemplificar isso. “Dadá” significa “o sem sentido”, para caracterizar o caráter antirracional do movimento com relação à Guerra. As críticas eram feitas certamente à arte oficial, mas atingiam diretamente também o sistema político que, ao invés de cuidar para que o bem do povo fosse garantido, produzia a matança em massa por meio dos instrumentos bélicos. A arte foi utilizada para expressar a dor e a desorientação do sujeito naquele instante: um indivíduo sem sentido, por ver que os mecanismos estatais racionais não garantiam seus direitos. De fato, não somente o dadaísmo, mas outros movimentos artísticos e literários procuraram expressar os sentimentos do homem fragilizado em relação ao *nada*, imergindo-o nas emoções, na fluidez, no fragmento, no vazio, no deserto.

Para Lipovetsky, o deserto não se identifica com o nada, embora isso pareça contraditória. Essa contradição vai se desfazendo na medida em que o sujeito moderno percebe que o enfraquecimento da sua confiança na razão, que não significa que a razão retrocedeu, não o identificou com o nada, mas sua fragilidade foi tomando direção para uma busca infinita de satisfações de desejos incentivada pelo consumo de massa e os meios de comunicação. Com efeito, o vazio e o deserto passaram a ser estratégias das sociedades livres. Quanto mais vazio, mais desejo; quanto mais escolhas, mais liberdades. A loucura hipermoderna plasma em conjunto o vazio e o excesso, a era paradoxal.

Numa intensa busca do seu bem-estar e uma supervalorização do EU, o indivíduo torna-se frágil e vulnerável à medida que se fecha para o outro e imerge dentro de si. Esse individualismo, estimulado pelo consumismo, foi esvaziando o sujeito a tal ponto que sua força para lutar pelos ideais comunitários foi se enfraquecendo. Em certa medida, houve uma transferência da responsabilidade política para os partidos. Com efeito, o sentido da esfera pública, da “res pública”, foi se esvaziando. O interesse mais importante para cada indivíduo está agora envolvido quase exclusivamente com *seu* mundo, cuidando das *suas* particularidades.

Assim também as instituições, as organizações; até mesmo a família, a Igreja e o saber são esvaziados. Há uma desvalorização dessas instâncias, uma descrença geral capaz de transformar a sociedade em uma grande massa de apáticos. O esvaziamento e o enfraquecimento das sociedades em relação aos ideais políticos e coletivos parecem ser muito generalizado. Mas devemos ao menos em parte conceder que Lipovetsky tem razão. É visível que a sociedade tornou-se mais apática. Entretanto, levando-se em conta as grandes transformações que estão ocorrendo no Oriente Médio e as muitas manifestações sociais também no Ocidente, essa sua análise parece não condizer completamente com a realidade. A chamada Primavera Árabe está demonstrando uma sociedade lutando pelos seus direitos em prol de uma sociedade democrática. Contudo, esse exemplo de mobilização social não abala completamente a tese de Lipovetsky, pois isso também demonstra que estamos em uma sociedade hipermoderna em que todos os contrastes são convívies.

Uma citação de Nietzsche pode esclarecer melhor essa onda de apatia que, segundo Lipovetsky, paira sobre a sociedade e que veio acompanhada pela morte das ideologias e “a morte de Deus”:

Deus está morto. Nós o matamos. Deus permanece morto. E fomos nós que o matamos. Como nos consolar, nós, os assassinos dos assassinos? Aquilo que o mundo possuía até agora de mais sagrado e de mais poderoso perdeu seu sangue sob nossos punhais. Quem limpará esse sangue de nossas mãos? Que água instrial poderá jamais nos purificar?<sup>8</sup>

A sociedade liberal é caracterizada pela fluidez e movimento; “por essa razão, aprender com a experiência a fim de se basear em estratégias e movimentos do passado é pouco recomendável”<sup>9</sup>. Pouco recomendável pela inconstância, pela grande velocidade das mudanças que tornam obsoletos as coisas e o modo de vida em um curto espaço de tempo. As pessoas não se prendem mais às instituições como antes e desacreditam nelas, muitos não se dispõem tanto a se sacrificarem por elas. Por exemplo, é mais raro encontrar pessoas que doam grande parte de sua vida a uma mesma empresa, pois pode existir outras possibilidades de trabalho capazes de se adequar melhor ao seu modo de vida, prova disso, no mundo da informatização e da flexibilização do trabalho, são as oportunidades de empregos que podem ser executados desde o próprio lar. Por outro lado, há uma precarização das condições de trabalho, lançando muitos trabalhadores na informalidade. Paradoxo tipo da pós-modernidade.

## 2. A ideia de modernismo e pós-modernismo

Outro enfoque que permite uma compreensão da atual época em mudança é sob o viés da arte moderna e pós-moderna tratada com os termos *modernismo* e *pós-modernismo*. O modernismo caracteriza-se através do uso de uma nova lógica artística do início do século XX, que tem como base as rupturas e descontinuidades apoiando-se na negação da tradição e no devotamento do novo. Expressão dessa descontinuidade era o lema dos artistas vanguardistas: “Não à tradição e obsessão pela renovação total!”. Foi no fim do século XIX que a mudança causou uma grande revolução, uma descontinuidade entre o antes e o depois, uma afirmação de uma nova ordem. O modernismo procura romper com o passado procurando novas formas estilísticas e temáticas inéditas. A modernidade é uma espécie de autodestruição criadora... a arte moderna não é apenas herdeira da era crítica, mas também a crítica de si mesma. Adorno diz isso de outro modo “afirmando que o modernismo se define menos pelas declarações e manifestos positivos e mais por um processo de negação sem limites e que, por isso, não poupa nem sequer a si mesmo”<sup>10</sup>.

---

<sup>8</sup> Cf. NIEZTSCHKE, Friedrich Wilhelm. *A Gaia Ciência*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

<sup>9</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Vida Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007, p.07.

<sup>10</sup> ADORNO apud LIPOVETSKY, Gilles. *A Era do Vazio*, p.61.

Mas o modernismo não conseguiu sustentar essa ilimitada negação e busca pelo novo por muito tempo. Essa negação foi minando na segunda metade do século XX. Segundo Lipovetsky, a fase contraditória e vazia do modernismo perdeu seu fôlego e as vanguardas não cessam de girar no vazio, incapazes de inovação. O que fazer quando se perde a capacidade de inovação? A resposta: “Reproduzir e plagiar as descobertas do primeiro terço do século XX”<sup>11</sup>. Essa é a porta de entrada para o pós-modernismo em que a fase do declínio da criatividade artística já não tem mais o que fazer se não explorar de forma extrema os princípios modernistas. A negação deixou de ser criadora.

O marasmo pós-moderno é resultante de uma negação da ordem estabelecida como permanente. Porém, como salienta Lipovetsky, “o modernismo não é apenas uma rebelião contra si mesmo”. É, ao mesmo tempo, revolta contra todas as regras e valores da sociedade burguesa. Uma onda de entusiasmo pelo eu e por valores contrários à ordem vigente invade a sociedade na metade do século XIX e XX. A hostilidade contra os costumes da burguesia, que pregava o culto ao trabalho, poupança, moderação e puritanismo, ideias contidas na obra *A ética protestante e o "espírito" do capitalismo* de Marx Weber, abre caminho para outros valores, como o prazer e a autenticidade.

A fim de manifestar as suas inovações, os artistas modernistas através das suas obras fazem soar o protesto que ajudam impulsionar a sociedade a adotar um modo de vida livre das relações tradicionais, das regras puritanas. A regra agora é pautada no individualismo e na exaltação exacerbada do prazer. A vida pós-moderna é “suavizada” pela máxima de que é preciso viver intensamente cada instante:

[D]o nada ao surrealismo, os artistas inovadores radicalizam suas críticas às convenções e instituições sociais, tornam-se contendores encarniçados do espírito burguês, desprezando seu culto ao dinheiro e ao trabalho, seu ascetismo, seu racionalismo estreito. Viver com o máximo de intensidade, “desregramento de todos os sentidos”, seguir os próprios impulsos e a própria imaginação, ampliar o campo das experiências, “a cultura modernista é por excelência uma cultura da personalidade”. Tem por centro o eu<sup>12</sup>.

O modernismo é uma ferramenta no processo que conduz o indivíduo às sociedades abertas, livre da submissão da tradição; é a pura expressão da vontade humana, a sociedade guia de si mesmo, sem exterioridade, “sem modelo absoluto decretado”<sup>13</sup>.

O modernismo é considerado um diretivo da individualização e da dinâmica do novo, onde o charme e a elegância invadem a vida das pessoas, tornando-a mais dinâmica e acelerada. O moderno, como já foi dito, tem aversão pelo passado, um absoluto desejo de destruir todos os fundamentos obsoletos da tradição. Então, nesse momento, a lógica estética já não tem mais entusiasmo, qualquer objeto pode ser transformado em obra de arte, não importando se há beleza, simetria ou não. Assim, uma garrafa, pedaços de papel, embalagens plásticas, vidro, ferro, enfim, tudo o que dá a impressão de desordem e destruição de fundamentos entra na lógica desses inestimáveis artistas revolucionários.

<sup>11</sup> Cf. LIPOVETSKY, Gilles. *A Era do Vazio*. Barueri, SP: Manole, 2005a.

<sup>12</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A Era do Vazio*, p.63.

<sup>13</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A Era do Vazio*, p.66.

Não há mais lugar para a nostalgia. O mote é “viver o aqui e o agora”. Nem o surreal se identifica com o imaginário, mas sim com o real sentido das ruas, dos mercados, da vida cotidiana, aproximando a arte dos sinais mais concretos da vida real, isto é, retirar o que há de sagrado da arte e valorizar o fortuito, barulho, gritos. É a democratização da arte, não importa o que ver, ouvir, falar, o que importa é o resultado; tudo é arte.

O modernismo é revolucionário, democrático “e inseparável das grandes revoluções políticas, do significado imaginário central, próprios das nossas sociedades, do indivíduo livre e auto-suficiente<sup>14</sup>”. O modernismo é também o instrumento, o código do novo da sociedade, novo como instrumento de libertação:

[O] culto das novidades favorece o sentimento de ser uma pessoa independente, livre em suas escolhas, determinando-se não mais em função de uma legitimidade coletiva anterior mas em função dos movimentos de seu coração e de sua razão. Com o individualismo, o Novo encontra sua plena consagração: por ocasião de cada moda, há um sentimento, ainda que tênue, de libertação subjetiva, de alforria em relação aos hábitos passados. A cada novidade, uma inércia e sacudida, passa um sopro de ar, fonte de descoberta, de posicionamento e de disponibilidade subjetiva. Compreende-se por que uma sociedade de indivíduos destinados à autonomia privada, o atrativo do novo é tão vivo: ele é sentido como instrumento de “libertação” pessoal, como experiência a ser tentada e vivida, pequena aventura do eu. A sacração do Novo e o individualismo moderno caminham de comum acordo<sup>15</sup>.

Cultura dos estímulos, a finalidade dos “modernos” foi mergulhar o sujeito em um mundo de emoções, sensações e tensões, impactando a realidade subjetiva em suas fontes instintivas de expressão. Expressão essa que, por sua vez, manifestada nas artes, não está ligada a uma convenção estética, é uma arte individualista, pautada na visão do seu autor, de forma que é preciso muitas vezes de uma específica grade de leitura para seu entendimento.

“Cultura modernista, cultura individualista”<sup>16</sup>. No modernismo, a realidade é experimentada no interior do eu, a inspiração parte das experiências pessoais do indivíduo. Um exemplo bem notável na pintura é o famoso quadro “o Grito” de Edvard Munch. No seu expressionismo, o autor denota a face do desespero, da aflição, angústia e pavor sentidos em um determinado momento de sua vida. Arte, realidade e imaginário se encontram numa aventura do eu. “Tudo isso para emancipar o espírito, fugir dos constrangimentos e dos tabus, franquear a imaginação, devolver a paixão à existência e a criatividade”<sup>17</sup>.

Para Lipovetsky, um indivíduo livre não apresenta contornos definidos. A espontaneidade dos personagens de romances move o público a perceber indivíduos sempre em processo, intermináveis. Agora, o espectador é liberado da sugestão dirigida, ele não é uma figura alienada, ele só está imergindo em “uma forma social inédita, denominada por Lipovetsky de “processo de

<sup>14</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A Era do Vazio*, p.70.

<sup>15</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do Efêmero: A moda e seu Destino nas Sociedades Modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989, p.183.

<sup>16</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A Era do Vazio*, p.87.

<sup>17</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A Era do Vazio*, p.77-78.

personalização”, que não cessará de conquistar esferas a ponto de se tornar a característica fundamental das sociedades atuais e futuras”<sup>18</sup>.

Acabada a fase do modernismo, a década de 1960 é a última manifestação da ofensiva lançada contra os valores puritanos e utilitaristas; é o último movimento de massa de revolta cultural e marca o começo da cultura pós-moderna.

O pós-modernismo surgiu no cenário intelectual da década de 70. Segundo Lipovetsky<sup>19</sup>, ele convida a um retorno às nossas origens, uma interpretação em profundidade da era da qual saímos parcialmente. Não é fácil ter uma noção clara de pós-modernismo: “esgotamento de uma cultura hedonista e vanguardista ou surgimento de um novo poder renovador? Decadência de uma época sem tradição ou reivindicação do presente por meio de uma reabilitação do passado?”<sup>20</sup>. Nesse tempo as oposições rígidas se “esfumam” e as preponderâncias se tornam fluídas<sup>21</sup>.

É importante ressaltar que Lipovetsky fundamenta suas análises a respeito da pós-modernidade, sobretudo, em Daniel Bell, pois “os primeiros sinais sérios de que ‘um novo tipo de sociedade’ estava em formação vieram de Daniel Bell”<sup>22</sup>. Como destaca Lyon, “algumas das condições sociais e técnicas que Bell chamou de pós-industrialismo de fato ajudaram a preparar o terreno para a pós-modernidade”<sup>23</sup>. A influência dos escritos de Daniel Bell em *A era do vazio* é evidente. O próprio Lipovetsky justifica a sua contribuição para o entendimento da pós-modernidade:

Diante da atomização do saber sociológico e do constante estreitamento da nossa visão do mundo atual, é preciso examinar bem de perto as teses de Daniel Bell e dar-lhes todo o desenvolvimento que merecem, nem que seja para marcar com insistência tudo o que nos separa delas<sup>24</sup>.

É importante definir em que ponto ou direção se inicia o pós-modernismo. Como foi destacado acima, na década de 1960 estava surgindo um novo tipo de sociedade. Que sociedade? Uma sociedade apoiada no “consumismo e no hedonismo exacerbados”. Eis as referências para iniciar a caracterização do pós-modernismo. Apesar de dizer que foi na década de 1960 que esses valores foram supervalorizados, a verdadeira revolução da sociedade moderna sobreveio no decorrer da década de 1920, quando a produção de massa e um forte consumo começam a transformar a vida da classe média. Que transformação? “Para Daniel Bell, ela se identifica com o hedonismo, com uma revolução dos valores”<sup>25</sup>.

Após a Segunda Guerra Mundial, um novo modo de viver começa a invadir a sociedade, agora na esteira da liberação e realização do particular, o indivíduo entra no mundo sem referências

<sup>18</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A Era do Vazio*, p.84.

<sup>19</sup> Cf. LIPOVETSKY, Gilles. *Modernidade Líquida*.

<sup>20</sup> Cf. LIPOVETSKY, Gilles. *A Era do Vazio*.

<sup>21</sup> Cf. LIPOVETSKY, Gilles. *A Era do Vazio*.

<sup>22</sup> LYON, David. *Pós Modernidade*, p.59.

<sup>23</sup> LYON, David. *Pós Modernidade*, p.59.

<sup>24</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A Era do Vazio*, p.60.

<sup>25</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A Era do Vazio*, p.84.



absolutas. A busca primordial ou o objetivo desse novo ser é a legitimação da realização de si mesmo. O interesse é o eu, a atenção é desviada para seu interior. Uma imensa “atomização ou uma radical perda de socialização sem qualquer semelhança com aquela instituída pela escolarização obrigatória, pela concisão, pela urbanização e pela industrialização do século XIX”<sup>26</sup>.

Com a era do consumismo vem também a cultura nacional e internacional que abre as relações entre os países consolidando a chamada Globalização. É o mundo técnico-científico-informacional, como afirma Lyon, ressaltando esse novo modelo social dos indivíduos da sociedade pós-industrial:

A sociedade pós-industrial de Daniel Bell forneceu a “estrutura social” para a sociedade de informação” em que as telecomunicações e os computadores se tornariam “decisivos para o mundo como intercâmbios econômicos e sociais e são conduzidos, para o modo como o conhecimento é criado e recuperado, e o caráter de trabalho e de organizações em que os homens [sic] estão engajados”<sup>27</sup>.

Lipovetsky vê o mundo pós-moderno não como alienação, mas admite que haja um “controle suave” que não é totalitário nem mecânico. A “mola mestra” do consumismo está num processo chamado de 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 livremente os elementos programados”<sup>28</sup>.

A velocidade com que os objetos e mensagens são produzidos e divulgados chega ao ponto do indivíduo, com tantas possibilidades de escolha, perder sua preferência anterior “e se tornar cada vez mais objeto de uma programação burocrática”<sup>29</sup>. O consumismo introduz o sujeito em uma estrutura livre dos laços da dependência social e produz indivíduos abertos às escolhas, permitindo a máxima singularização.

O tempo pós-moderno, para Lipovetsky, é a fase “cool” relacionada com a tendência à humanização ou “personalização”. As “estruturas fluídas” são voltadas e moduladas em função da pessoa e de seus desejos, em que há um desencantamento pós-materialista onde se priva mais pela qualidade de vida. Até o próprio hedonismo é convertido no modo de personalização, ele é transformado em “narcisismo *psi*”.

O pós-modernismo promove um retorno, uma harmonia entre todos os estilos, chamado por Lipovetsky de “coabitação”, até com movimentos extremistas e em todos os campos do conhecimento não se admite mais nenhuma forma de aprisionamento do saber. É o tempo também da indiferença, em que até mesmo o prazer se esvazia de seu conteúdo. É importante ressaltar a influência em todas as camadas da sociedade dessa “dessubstancialização” ou esvaziamento. Até mesmo a religião entra

<sup>26</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A Era do Vazio*, p.84.

<sup>27</sup> LYON, David. *Pós Modernidade*, p.61.

<sup>28</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A Era do Vazio*, p.85.

<sup>29</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A Era do Vazio*, p.85.

nessa lógica. Ela também adere ao processo de personalização. “A atração do religioso é indispensável da dessubstancialização narcisista, do indivíduo flexível em busca de si mesmo”<sup>30</sup>.

A invasão do vazio chega a todos os cantos inclusive na vanguarda: “a operação do mictório é o sinal da desordem da dessubstancialização da vanguarda”<sup>31</sup>. A vanguarda utiliza o mictório como símbolo da desordem que passa o indivíduo que se encontra enfraquecido. A situação da vanguarda na era pós-moderna não é mais desbravadora, ninguém valoriza mais os heróis, ninguém dá a vida pela pátria, nem defende uma ideologia nem grandes revoluções, a arte perde sua qualidade de revolucionária. Nesse contexto, há uma obsessão pelo novo a qualquer preço. O que o modernismo recusou (tradição, local e ornamentação) agora é reabilitado numa época de convivências e tolerância.

A pós-modernidade seria uma modernidade sem lamentos, sem a ilusão de uma possível reconciliação entre jogos de linguagem, sem nostalgia da totalidade e nem da unidade, falta de reconciliação dos conceitos e perda da sensibilidade, falta de experiência transparente e comunicável, em uma palavra, uma modernidade que aceita a perda de sentido. Na verdade, a pós-modernidade é a “modernidade sem utopias”<sup>32</sup>.

O pós-modernismo é contra uma vanguarda elitista, terrorista e austera, como foi o modernismo. Enquanto o modernismo é de caráter exclusivo, o pós-modernismo é *inclusivo*, a ponto de integrar até mesmo o purismo do seu adversário quando parece que há justificativa para suas ações<sup>33</sup>. Nesse ambiente novo, não se admite mais uma obsessão para criar novos estilos, porém deve haver uma integração de todos os estilos. A tradição se torna uma fonte de inspiração. Não existe ambição em destruir as formas modernas nem fazer ressurgir o passado, o que há é uma coexistência entre tradição e modernidade.

O indivíduo, por sua vez, se torna “flutuante e tolerante” e, avesso a todas as formas de exclusão e de dirigismo, “substitui a autoridade das obrigações pré-traçadas pela livre escolha, a rigidez da “linha certa” pelo coquetel fantasioso”<sup>34</sup>.

O pós-modernismo trouxe a verificação de que as épocas modernas e suas concepções artísticas estão ligadas inicialmente a uma visão de abertura. Porém, permanecia pelos valores vanguardistas, fundamentados apenas no futuro. Desse modo, a arte moderna era um tipo de formação de compromisso, um ser contraditório, feito de terrorismo futurista. Já a ambição pós-modernista tem por finalidade pôr a arte apenas no “processo de personalização”. Os valores modernistas são reciclados e não destruídos. Importa enfatizar aqui que o novo não foi e nem será abolido, o que acontece com ele é justamente uma transformação, torna-se “cool” (enfraquecido, descontraído). Não tem lugar mais para os fundamentalismos, é preciso tolerância, flexibilidade, ecletismo, abertura a

<sup>30</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A Era do Vazio*, p.95.

<sup>31</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A Era do Vazio*, p.97.

<sup>32</sup> Cf. ANDERSON, Perry. “Modernidad y revolucion”. In: *El debate modernidad e posmodernidad*. Org. Nicolas Casullo. Buenos Aires, Argentina: El cielo por asalto, 1993.

<sup>33</sup> Cf. LIPOVETSKY, Gilles. *A Era do Vazio*.

<sup>34</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *Modernidade Líquida*, p.99.

<i>intuitio</i>	ISSN 1983-4012	Porto Alegre	Vol.6 – Nº.1	Junho 2013	p.79-95
-----------------	-------------------	--------------	--------------	---------------	---------

todos os níveis e a todas as formas de expressão. Assim é o pós-modernismo um “terreno” onde todos os estilos podem coabitar.

### 3. A sociedade do hiperconsumo

Outro modo de se aproximar da caracterização da pós-modernidade é através do consumo. Os estudos sobre as sociedades e suas formas de sustento não são novos, em um famoso texto escrito no final do século XIX, intitulado *A teoria da classe ociosa*, Thorstein Veblen trouxe uma nova luz para as discussões sobre o tema do consumo. Este livro, publicado em 1899, ressalta o consumo como um fator que abrange as relações humanas. Trata-se de um texto relevante para as investigações sobre o consumo na era atual por tratar-se de um estudo que dá ao tema a característica de ser um fenômeno típico da sociedade contemporânea, constituindo em um marco inicial das várias reflexões contemporâneas sobre as transformações e o modo de vida baseado no consumo de massa. Para Veblen, a percepção do consumo interage com o indivíduo em suas várias facetas. O poder do consumo cria em torno do homem um sistema de representações e, por intermédio dos artefatos produzidos por ele (produtos e serviços), de forma coletiva, compartilha e atua na vida dos indivíduos.

O consumo é um fator que atua dentro e fora do sujeito, de forma que, numa sociedade liberal marcada pelo individualismo, cada pessoa procura sua satisfação e promove constantes mudanças em busca do inédito. O consumo exacerbado leva intensamente à exaltação do materialismo, fazendo eclodir uma cultura centrada na expressão subjetiva.

Porém, com isso há uma mudança geral em comparação com o perfil do indivíduo burguês. O sujeito moderno, que antes detinha o poder racional frente ao objeto, atomizado agora ao excesso, imerge em sua própria subjetividade, passando a ser, de detentor e analisador, a objeto de estudo das ciências humanas. Nessa esteira, Lipovetsky<sup>35</sup> afirma que, na era contemporânea, o sujeito perde seus referenciais, não tem mais identidade fixa, os seus princípios morais e valores sociais não encontram mais lugar onde se fixar. Ele vive sem sentido, vagando em busca do seu “lugar ao sol”, sem rumo certo, seduzido pelas novas formas de consumo.

Geralmente o *consumo* pode ser entendido como o modo de satisfação das necessidades através de mercadorias. *Consumismo*, no entanto, seria quando o consumo se dá de forma compulsiva e descontrolada; o gasto é direcionado para bens considerados supérfluos. Todavia, “é preciso estabelecer claramente que não são os objetos e produtos materiais que são objetos de consumo. Estes são apenas objeto da necessidade e da satisfação”<sup>36</sup>.

Segundo Baudrillard, em todos os tempos comprou-se, possuiu-se, usufruiu-se, gastou-se – e, contudo não se “consumiu”. Analisando os efeitos da cultura de massa, Hannah Arendt, afirma que “o mundo, o lar feito pelo homem, construído na terra e fabricado com o material que a natureza coloca a

<sup>35</sup> Cf. LIPOVETSKY, Gilles. *A Era do Vazio*.

<sup>36</sup> BAUDRILLARD, Jean. *O Sistema dos Objetos*. São Paulo: Perspectiva, 2002, p.206.

disposição de mãos humanas, consiste não de coisas que são consumidas, mas de coisas que são usadas<sup>37</sup>.” Na visão de Baudrillard, o consumo é próprio da sociedade contemporânea. Na *Teoria da classe ociosa*, Veblen dá legitimidade a isso, num processo que vem desde a Revolução Industrial na Inglaterra. “Isso acontece hoje não por haver mais volume de bens no mercado nem para satisfação das necessidades, mas pela conversão do objeto em signo”<sup>38</sup>.

Isso significa dizer que o objeto de consumo é personalizado e, uma vez nesse estado, é consumido. Vale ressaltar que o termo é utilizado no duplo sentido da palavra, ou seja, “efetuar” e “suprimir”. Os objetos são utilizados e logo são substituídos por outros signos (imagens): “Toda essa indústria se especializa na aceleração do tempo de giro por meio da produção e venda de imagens”<sup>39</sup>.

O consumismo de massa acelera a produção dos objetos. Essa aceleração tem como efeito a perda do valor de uso do objeto, ou seja, sua durabilidade e seu descarte. “Sua mera abundância os transforma em bens de consumo. A interminabilidade da produção só pode ser garantida se os seus produtos perderem o caráter de objetos de uso e se tornarem cada vez mais objetos de consumo [...]”<sup>40</sup>.

Lipovetsky em seus estudos sobre a era atual trabalha com o conceito de *hiperconsumo*. Em *Felicidade Paradoxal*<sup>41</sup>, aborda que o ato de consumir, se não traz felicidade, ao menos fornece satisfações ao sujeito. Esses instantes de satisfações são denominados pelo autor de “felicidade paradoxal”. Porém, essa felicidade é efêmera e termina no próprio ato de consumo.

A sociedade do capitalismo de consumo de massa, segundo Lipovetsky, foi sendo plasmada em três fases históricas. A primeira fase é iniciada em torno dos anos de 1880 até a Segunda Guerra Mundial. O desenvolvimento trazido pela modernidade na área do transporte e da comunicação trouxe transformações que revolucionaram o mundo por meio das estradas de ferro, o telégrafo e o telefone. Essas novas tecnologias propiciaram o nascimento da primeira fase do capitalismo de consumo que é caracterizada pela substituição dos pequenos mercados locais pelos grandes mercados.

Numa grande velocidade, o transporte ferroviário levava enormes quantidades de materiais em pouco tempo de viagem para as fábricas e das fábricas para os grandes mercados. Isso trouxe um enorme desenvolvimento para o comércio que vendia os produtos em alta escala.

A invenção de novas máquinas de fabricação aumentava a velocidade e também a quantidade dos produtos, que ficavam cada vez mais baratos. Preços baixos, compras altas, isso é o início da produção e consumo de massa.

No fim dos anos 1880, nos Estados Unidos, uma máquina já podia fabricar 120 mil cigarros por dia: 30 dessas máquinas bastavam para saturar o mercado nacional. Máquinas automáticas permitiam que 75 operários produzissem todos os dias 2

<sup>37</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *Modernidade Líquida*, p.147.

<sup>38</sup> BAUDRILLARD, Jean. *O Sistema dos Objetos*, p.207.

<sup>39</sup> HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. Tradução Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela. São Paulo: Edições Loyola, 1992, p.262.

<sup>40</sup> ARENDT, Hannah. *A condição humana*. Tradução Roberto Raposo. 10ª edição. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005, p.138.

<sup>41</sup> Cf. LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal*. São Paulo, SP: Companhia das letras, 2010.

milhões de caixas de fósforos. A Procter & Gamble fabricava 200 mil sabonetes Yvory por dia [...]”<sup>42</sup>.

Com o advento da organização científica do trabalho, o setor automobilístico ampliou sua produção em grande escala graças à chamada linha de montagem: “[...] o tempo de trabalho necessário à montagem de chassi do modelo “T” da Ford passou de doze horas e 28 minutos, em 1910, para uma hora e 33 minutos em 1914<sup>43</sup>. Essa primeira fase do capitalismo de consumo abre caminho para uma nova forma comercial que é baseada na venda de maior quantidade de produtos com um ganho menor, ou seja, o lucro vem não pelo aumento dos produtos, mas pelos preços baixos. A fase I marca o início da acessibilidade de produtos duráveis e não duráveis a um maior número de pessoas. “Esse processo, contudo, permaneceu limitado, uma vez que a maioria dos lares populares tem recursos muito escassos para poder adquirir os equipamentos modernos”<sup>44</sup>. A partir de então, as empresas começaram a organizar sua produção e rentabilidade acondicionando marcas e fazendo sua divulgação.

A publicidade moderna começa a ser formada e os produtos empacotados em pequenas embalagens começam a ser distribuídos com um nome: a marca. Nessa fase, foram criadas várias marcas famosas que até hoje existem: Coca-Cola, a American Tabaco, a Procter & Gamble, Quaker, Camp-Bell Soup dentre outras.

É interessante a observação de Lipovetsky sobre a mudança de relação consumidor-vendedor. Com essa nova fase, o cliente não se fia no vendedor, mas na marca. O que vai garantir a ele a qualidade do produto é justamente o nome e não mais quem vende. O cliente tradicional é, por assim dizer, transformado em consumidor moderno, e isso se deve ao processo iniciado pela fase I do capitalismo de consumo.

Acompanhando essa produção de massa, os grandes magazines ajudaram na formação dessa fase. Em 1865, é fundado na França o Printemps e, em 1869, o Le BonMarché; nos EUA, antes e depois de 1870, são fundados os Macy’s e o Bloomingdale’s. Segundo Lipovetsky<sup>45</sup>, esses grandes magazines constituíram a primeira grande revolução comercial moderna e inauguram a era da distribuição de massa. O que justifica isso é a rotação rápida de estoques, prática de preços baixos, venda em grande escala, aumento da variedade de produtos.

Com a política de preços baixos, riqueza em decoração e muitas novidades, os grandes magazines mudaram a forma de comercialização antes reservada para as elites. Os bens de consumo agora são democratizados e, juntamente com isso, o despertar do desejo nas pessoas e sua imaginação são motivados a possuírem os produtos oferecidos pelo mercado cada vez mais especializado na arte de impressionar dos novos tempos do consumo.

<sup>42</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal*, p.27.

<sup>43</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal*, p.27.

<sup>44</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal*, p.28.

<sup>45</sup> Cf. LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal*.

O novo ciclo histórico da economia do consumo é, segundo Lipovetsky, iniciado por volta dos anos 1950. A fase I foi o início do processo de democratização das compras dos bens duráveis. Já a fase II nada mais fez que aperfeiçoar esse processo. Televisão, geladeira, aparelhos eletrodomésticos de várias marcas são postas à disposição de todos ou quase todos os indivíduos.

O poder de compra democratizado elevou o nível de confiança das pessoas, difundiu o crédito, permitiu o acesso a uma demanda material antes reservada às elites sociais. Com uma maior organização de produção, a evolução dos salários e a padronização industrial, a fase II permitiu a fabricação de produtos padronizados em grande quantidade.

A sociedade de consumo de massa não pôde desabrochar se não com base em uma ampla difusão do modelo tayloriano–fordista de organização da produção, que permitiu uma excepcional alta da produtividade bem como a progressão dos salários: de 1950 a 1973, o crescimento anual da produtividade do trabalho foi de 4,7% nos doze países da Europa Ocidental. As palavras-chave nas organizações industriais passam a ser: especialização, padronização, repetitividade, elevação dos volumes de produção. Trata-se, graças à automatização e às linhas de montagem, de fabricar produtos padronizados em enorme quantidade. A “lógica da quantidade” domina a fase II<sup>46</sup>.

Para haver uma distribuição em grande escala, a esfera industrial se modernizou, tendo como base os métodos científicos de gestão e organização do trabalho. Todo mecanismo passa a ser analisado para um melhor funcionamento e aproveitamento: a organização, a divisão de tarefa, as vendas, a velocidade da rotação das mercadorias, os preços. Daí em diante, novas formas de comercialização modernas vão surgindo como os supermercados e os hipermercados, ambos criados na segunda metade do século XX.

Já a partir da segunda fase da sociedade de consumo Lipovetsky chama a atenção para o processo de individualização da atividade consumista que cresce trazendo consigo a mudança do valor signo (significação orientada para o outro) para um valor voltado mais pela determinação hedonista e experiência emocional que uma orientação para o outro. A satisfação dos desejos hedonistas e emocionais agora é o elemento fundamental para efetivação do processo de consumo.

Com essa mudança, o valor signo que exercia o princípio de distinção social determinando classes, grupos e outras identidades e formas de identificação foi suplantado. Sob esse aspecto, houve uma mudança no consumo enquanto dístico simbólico. De distinção para um consumo expressivo da subjetividade. Nesse sentido, o consumo atual da sociedade é marcado por uma migração do Outro para o consumo para Si. Assim, uma nova fase histórica começa a se formar com novas aspirações e novos comportamentos: a sociedade do hiperconsumo. “Em tempos de hiperconsumo, as motivações privadas superam muito as finalidades distintivas”<sup>47</sup>.

A ânsia dos indivíduos agora não está na ostentação ou na exibição como forma de diferenciação de classe. A busca pelos objetos não é mais para se exibir ou mostrar uma posição

<sup>46</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal*, p.33.

<sup>47</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal*, p.42.

social, mas para viver e satisfazer seus desejos emocionais, corporais, estéticos, relacionais, sanitários e lúdicos. Antes, os bens de consumo serviam como símbolos de status; agora, os objetos são postos à disposição da pessoa. Os objetos ou mercadorias nessa fase não são buscados como meio de se diferenciar do outro; o que se espera deles é que proporcione mais liberdade, sensações, novas experiências, melhoramento da vida física. O que dá base à dinâmica consumista é a busca das felicidades privadas que se apoiam nos recursos corporais e relacionais, em uma saúde ilimitada e em uma conquista de espaço-tempo identificados à pessoa.

Nos tempos hipermodernos, o culto ao novo não tem mais seu sentido sobre o poder distintivo, até mesmo porque o gosto pela mudança alcançou todas as camadas sociais e categorias de idade. As novidades mercantis são desejadas por si mesmas, pela simples razão da satisfação dos benefícios subjetivos que elas estimulam.

Passa-se para o universo do hiperconsumo quando o gosto pela mudança se difunde universalmente, quando o desejo de “moda” se espalha além da esfera indumentária, quando a paixão pela renovação ganha uma espécie de autonomia, relegando ao segundo plano as lutas de concorrência pelo status, as rivalidades miméticas e outras febres conformistas<sup>48</sup>.

O consumo parece que consegue encarregar-se de trabalhar cada vez mais a identidade dos indivíduos do que as tradições, a política e a religião. “Na corrida às coisas e aos lazeres, o *homo consumericus* esforça-se mais ou menos conscientemente em dar uma resposta tangível, ainda que superficial, à eterna pergunta: quem sou eu?”<sup>49</sup>.

A estética dos imóveis manifesta bem os gostos particulares e a identidade cultural dos indivíduos hipermodernos. Neles, é notável um ambiente agradável que se parece com o dono, e que seja uma revelação ao menos parcial do “quem eu sou”, ou seja, um indivíduo restrito, singular, rodeado pelos objetos que compra e pela sua família.

O hiperconsumidor é atraído, de acordo com Lipovetsky<sup>50</sup>, pelas sensações variadas e de maior bem-estar sensível. É o que ele chama de “consumo emocional” correspondendo, pelo menos em parte, aos produtos e ambientes que despertam os cinco sentidos.

Em síntese, a fase III é a configuração da nova relação emocional das pessoas para com os objetos ou mercadorias. Aquilo que se tem é arranjado de acordo com os sentimentos. A subjetividade é posta como bússola dos novos tempos do consumo.

O fato de o consumo emocional dar certa identidade às pessoas não significa, porém, a vitória do “ser” sobre o “parecer”. Não há como falar de um enfraquecimento da aparência quando a imagem das marcas triunfa cada vez mais. É criada uma independência da imagem passada aos outros e ao mesmo tempo há uma dependência dos fetiches imaginários provocados pelas marcas.

<sup>48</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal*, p.44.

<sup>49</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal*, p.45.

<sup>50</sup> Cf. LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal*.

Hoje é evidente que tanto os jovens quanto os adultos das novas classes buscam comprar uma marca e não um produto. A explicação para isso é, segundo Lipovetsky<sup>51</sup>, porque o consumo parece estar desprendido do código simbólico. É importante deixar claro que o desejo de reconhecimento social, de se exibir e de se classificar, não foi abolido, porém, o que prevalece é um prazer narcísico, que se beneficia da sua própria imagem. O que houve foi uma remodelagem dos prazeres elitistas. Eles entraram na lógica do consumo emocional e centram-se mais na busca de sensações que no desejo de exibição a outrem.

### Considerações finais

Descrever ou mesmo caracterizar a mentalidade e o modo de vida do tempo atual é tarefa demasiadamente complexa, pois além de estarmos imersos nele, torna-se impossível uma saída dele para que à distância, possamos ver e compreender, com certa objetividade, a lógica do seu funcionamento interno. Assim, servindo-nos em grande parte das contribuições de Lipovetsky, as características delineadas acima da era atual, aqui denominada de *pós-modernidade*, trataram-se apenas de apontamentos que nos oferecerem algumas notas para uma compreensão mínima desse tempo em mudança e de seu modo de vida e, mais precisamente, dos impactos que essa mesma sociedade em mudança vêm exercendo sobre o sujeito na sua acepção moderna.

### Referências

- ADORNO, Theodor W; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. 3 Ed. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Editor. 1991.
- ANDERSON, Perry. “Modernidad y revolucion”. In: *El debate modernidad e posmodernidad*. Org. Nicolas Casullo. Buenos Aires, Argentina: El cielo por asalto, 1993.
- ARENDT, Hannah. *A condição humana*. Tradução Roberto Raposo. 10<sup>a</sup> edição. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.
- BAUDRILLARD, Jean. *O Sistema dos Objetos*. São Paulo: Perspectiva, 2002.
- BAUMAN, Zygmunt. *Ética Pós-moderna*. São Paulo: Paulus, 1997.
- \_\_\_\_\_. *Modernidade Líquida*. Tradução Plínio Dentzien, Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- \_\_\_\_\_. *Modernidade Líquida*. Tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- \_\_\_\_\_. *Vida Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.
- CARDOSO, João Santos. *Desafios à missão da Igreja na pós-modernidade: relativismo, subjetivismo, secularismo e o eclipse do dever*. In: Semana Teológica da Arquidiocese de Vitória da Conquista, 2007.
- HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. Tradução Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela. São Paulo: Edições Loyola, 1992.
- HORKHEIMER, Max. *Eclipse da razão*. 7ª edição. São Paulo: Centauro, 2007.

---

<sup>51</sup> Cf. LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal*.



- JAMESON, Fredric. *A Cultura do Dinheiro*. Petrópolis: Vozes: 2001.
- KANT, Immanuel. "Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung?" In: *Textos seletos*. Trad. Floriano de Souza Fernandes. Petrópolis: Vozes, 1974.
- LIPOVETSKY, Gilles. *A Era do Vazio*. Barueri, SP: Manole, 2005 a.
- \_\_\_\_\_. *A Era do Vazio*. Barueri, SP: Manole, 2005, pg. iX-XIV.
- \_\_\_\_\_. *A felicidade paradoxal*. São Paulo, SP: Companhia das letras, 2010.
- \_\_\_\_\_. *A sociedade da decepção*. Barueri, SP: Manole, 2007.
- \_\_\_\_\_. *A Sociedade Pós-Moralista: O crepúsculo do Dever e a Ética Indolor dos Novos Tempos Democráticos*. Barueri: Manole, 2005b.
- \_\_\_\_\_. *O Império do Efêmero: A moda e seu Destino nas Sociedades Modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- \_\_\_\_\_. *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarola, 2004.
- LYON, David. *Pós Modernidade*. São Paulo: Paulus, 1998.
- LYOTARD, Jean-François. *A condição pós-moderna*. 5. Ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1998.
- \_\_\_\_\_. *The Postmodern Condition* (1979) publ. Manchester University Press, 1984.
- NIEZTSCHKE, Friedrich Wilhelm. *A Gaia Ciência*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- SILVA, Juremir Machado da. *Apresentação, Vazio e comunicação na era "pós-tudo"*. In:
- TOURAINÉ, Alain. *Crítica da Modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- VEBLEN, Thorstein. *A Teoria da Classe Ociosa*. São Paulo: Pioneira, 1965.