

SOCIEDADE DE CONSUMI (DORES): da realização prometida à angústia da fragilidade identitária pela flexibilidade e desempenho

Rafael Bianchi Silva¹
Guilherme Elias da Silva²

RESUMO: O presente artigo tem como objetivo discutir o impacto que a formação para o consumo possui para a construção identitária tendo como foco a relação do indivíduo com o trabalho. Para tanto, foi tomado como ponto de partida as análises realizadas pelo sociólogo polonês Zygmunt Bauman. Observa-se que a flexibilização, efemeridade e o imperativo ao movimento, característicos da sociedade de consumo, gera impactos para a vida e saúde, possuindo como efeito colateral a produção de sofrimento.

Palavras-Chave: Sociedade de Consumo; Identidade; Trabalho; Zygmunt Bauman.

ABSTRACT: The purpose of this article is to discuss the impact that training for consumption has on identity construction, focusing on the relationship of the individual with work. Therefore, it was taken as the starting point of the analysis performed by Zygmunt Bauman. It is observed that the flexibility, ephemerality and the imperative to movement, characteristics of the consumer society, generate impacts for life and health, having as a side effect the production of suffering

Keywords: Consumer society; Identity; Work; Zygmunt Bauman.

INTRODUÇÃO

O objetivo desse artigo é construir uma discussão acerca da relação entre a estética do consumo e a formação para o trabalho a partir das análises realizadas pelo sociólogo polonês Zygmunt Bauman. Para tanto, será realizada uma descrição da passagem do que o autor chama de sociedade de produtores para a sociedade de consumidores, fator considerado fundamental no processo de produção de um novo olhar sobre si, de modo a analisar as modificações presentes nesse contexto. Como ponto de partida, é importante destacar que cada sociedade em determinado tempo histórico possui uma ênfase, ou seja, uma direção, para a qual seus membros são formados e suas ações são dirigidas. Esse processo não é realizado apenas por determinadas instituições sociais (como a escola e a igreja, por exemplo), mas encontra formas de disseminação por todo o tecido social. Portanto, a demarcação de um processo de mudanças sociais (conforme indicado acima), encontra-se relacionada com alterações nesse caminho previamente traçado, o que gera

¹Pós-Doutor em Psicologia pela Universidade Estadual de Maringá (UEM); Doutor em Educação (Unesp/Marília); Docente do Departamento de Psicologia Social e Institucional e do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Estadual de Londrina (UEL). Email: tibx211@yahoo.com.br.

²Doutor em Psicologia pela UNESP - Campus Assis na área de conhecimento: Subjetividade e Saúde Coletiva. Professor Adjunto do Departamento de Psicologia e do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Estadual de Maringá. Email: guilhermin@hotmail.com

modulações nas diferentes instituições que constituem a sociedade e com isso, afetam diretamente o destino individual de seus membros a partir do fomento de modos de produção de si.

Bauman (2000) observa uma série de diferenças entre as formas de expressão da modernidade demarcadas, em especial, por diferentes modelos que gravitam entre uma visão mais rígida de sociedade (que pode ser vista em um primeiro tempo da modernidade) e outra mais flexível (nos dias atuais). Esse processo – que o autor intitulou de derretimento dos sólidos – vem gerando uma série de impactos tanto na esfera das distintas instituições sociais como, e principalmente, aos viventes e sua condição humana. Tal característica também pode ser observada na relação estabelecida entre os sujeitos viventes e o trabalho. Dentre as transformações apontadas pelo autor, no que tange o contexto do trabalho, gostaríamos de destacar dois pontos. O primeiro deles está relacionado com a maneira com que as pessoas são educadas de forma a colocar em primeiro plano a satisfação de necessidades sociais (incluindo aqui a dimensão individual). Tal elemento se deve, em especial, ao fato de que o desenvolvimento de novas tecnologias levou à observação de uma relação inversamente proporcional entre a capacidade produtiva e a abertura de novos empregos, conduzindo os indivíduos a terem de buscar outros modos de produção de si para além das modalidades de trabalho existentes, visto que muitas dessas funções acabaram por desaparecer ao longo dos últimos anos (devido ao fenômeno do desemprego estrutural).

Somado a esse ponto, diferentemente de um outro tempo da modernidade, tem-se no contexto contemporâneo um deslocamento de uma preocupação eminentemente voltada da produção de produtos para a incidência prioritária da dimensão do consumo. Este traço observado desde o início da segunda metade do século XX está intimamente relacionado com a visão de que o que está em jogo na economia mundial não é apenas a concentração de capital, mas especialmente, a sua capacidade de movimentação. Em outros termos, é necessário manter o capital em fluxo contínuo o que demanda a construção de diferentes estratégias que incluem modificações no sistema de produção. Nesse contexto, “[...] somos estimulados, forçados ou induzidos a comprar e gastar, gastar o que temos e o que não temos, e esperamos ganhar no futuro [...]” (BAUMAN, 2012, p. 136). Aqui adentramos na ampliação da lógica de consumo. Se em um primeiro tempo da modernidade, este estava atrelado ao que era produzido, o que vemos de modo amplamente disseminado nos dias de hoje é a produção do desejo que serve de estímulo à obtenção de diferentes objetos, que podem ser: desde produtos de marcas famosas, relações afetivas ou traços de identidade. Ou seja, se o trabalho articula-se com as formas de produção, no contexto contemporâneo, este é tomado como função ou meio para outra finalidade, o consumo. Partiremos dessa premissa para, em um segundo momento, construir uma reflexão acerca dos impactos para a formação humana, em especial, no que tange, à questão do trabalho.

FORMAÇÃO PARA O CONSUMO COMO MODO DE VIDA

No que tange ao aspecto formativo do ser humano, Bauman observa que, em um primeiro tempo da modernidade, nomeada sociedade de produtores, havia uma direção para uma moldagem do corpo e da subjetividade com o objetivo de construir sujeitos preparados para suportar a rotina e a repetição. Esse disciplinamento da vida era a base para as estratégias educativas encontradas em diferentes instituições sociais. Quanto à escola, por exemplo, no final do século XIX, modelos pedagógicos como o de Herbart colocaram na característica cíclica do método e nos conhecimentos científicos da recém-fundada ciência psicológica, garantia dos resultados obtidos na aprendizagem (DURÃES, 2011). Diferentemente dessa perspectiva, em um segundo tempo da modernidade, chamado de sociedade de consumidores, a ausência de protocolos rígidos e o incentivo à realização constante de escolhas marcam os traços presentes no perfil de um novo sujeito. Com isso, o que está em jogo é a estimulação e a busca de novas formas de conduta que nunca chegam a se cristalizar efetivamente como hábitos. Estes traços devem ser mantidos até o término do ciclo de consumo para sua modificação e reinício do processo.

A satisfação do consumidor deveria ser instantânea em duplo sentido: os bens consumidos deveriam satisfazer em forma imediata, sem impor demoras, aprendizagens ou prolongadas preparações; porém, essa satisfação deveria terminar no preciso momento em que se conclui o tempo necessário do consumo, tempo que deveria reduzir-se a sua vez a mínima expressão [...] (BAUMAN, 2000, p.46).

Soma-se a tal característica indicada acima, a quebra da relação entre necessidade e satisfação que passam a ter o desejo como seu articulador. Diferentemente da primeira relação, na qual, o impulso é motivado pela necessidade que deriva especialmente por uma condição corporal (como a fome, por exemplo), o que observamos no contexto da sociedade de consumo é que emergência de uma necessidade que possui íntima relação não com o objetivo de sua satisfação (comer), mas sim, com a promessa de uma pretensa “mais satisfação”, constituindo, assim, com o objeto uma relação eminentemente fantasmática. Como efeito, ao invés de diminuição da tensão, o que se encontra é o aumento da estimulação, o que se pensarmos em um processo cíclico, pode se transformar em um verdadeiro pesadelo para o sujeito contemporâneo. Nesse modo relacional com o objeto, nada é realmente digno de ser desejado, considerando que sempre existirá outro objeto que promete maior nível de satisfação, colocando-a no campo do impossível, potencializando a

ampliação da manutenção do movimento em busca de algo que nunca chega a ser efetivamente encontrado (e vivido, especialmente, no campo subjetivo).

Para resolver essa problemática é necessário realizar uma operação na qual a satisfação passa a não ser tomada apenas em sua dimensão quantitativa, ou seja, na condição de mais prazer. Diferente disso, parte-se da ideia de que, ao invés de adquirir um produto que amplie o nível de prazer, passa-se a colocar em jogo a possibilidade de experimentar novas e diferentes formas de relação e satisfação. Em síntese, não se trata, portanto, de um “mais”, mas sim, de um “outro melhor”. Nesse sentido, vemos a expansão do mercado para um campo de experiências que precisam ser vividas intensamente de modo a otimizar a potencialidade das sensações produzidas. A inserção em clubes de compras ou pacotes de viagens nos quais o comprador adquire um produto ou serviço sem que saiba previamente o que está adquirindo, são exemplos dessa nova modalidade.

Uma dessas empresas que se encontra consolidada no mercado brasileiro – e que possui uma plataforma tanto para clientes corporativos como para pessoas físicas – constrói pacotes com preços variados a partir de um perfil de cliente específico (que varia de poder aquisitivo até modalidades de experiências específicas desejadas). Assim, ao adquirir “uma experiência” é possível, por exemplo, ir a uma barbearia para um atendimento exclusivo, participar de um evento de harmonização de vinho, visitar um apiário, participar de uma aula de esgrima ou receber uma caricatura enviada diretamente pelo artista para o *e-mail* pessoal do comprador. Todas essas experiências são colocadas em um mesmo patamar visto que aquilo que está em jogo é a possibilidade de entrar em contato com um universo diferente do que comumente é vivido no cotidiano. Para que essa maquinaria funcione é necessário construir estratégias para que o corpo seja atravessado por diferentes estímulos que servem como forma de sedução, atualizando a promessa de satisfação – ou felicidade – anteriormente citada, fomentando uma espécie de ímpeto motivador para a obtenção dos mais diferentes produtos.

Para aumentar a capacidade de consumo, não se deve dar descanso aos consumidores. É necessário os expor sempre a novas tentações mantendo-os em um estado de ebulição contínua, de permanente excitação e, na verdade, de suspeita e receio [...] “Crê que já viu tudo? Pois não viu nada ainda!” (BAUMAN, 2000, p. 47)

A ampliação da oferta somada à necessidade imperativa de se manter atento às múltiplas possibilidades pode acabar por gerar uma condição de paralisia devido a ampla e crescente estimulação. Por essa razão, manter-se em movimento torna-se uma arte necessária a ser ensinada a todos desde a mais tenra infância. É dentro dessa perspectiva, por exemplo, que as crianças, desde muito cedo, são inseridas em um rol enorme de atividades prontamente embaladas a serem

consumidas, constituindo uma agenda de compromissos que organizam a vida, educando para as pretensas exigências da vida adulta (MENESES, 2016). Desse modo, é construído um caminho formativo que se prolonga desde o nascimento. O objetivo nesse tipo de ação, mas que também se encontra presente em outras formas de consumo, é amplificar relação com o campo do sensível, o que faz com que no contexto contemporâneo, este processo se configure a partir de uma nova condição estética que vincula-se apenas em um plano secundário com a dimensão racional. Em síntese:

A adaptação do comportamento do sujeito às necessidades dos produtores e dos mercados constitui-se como característica natural do sistema produtivo. A criação de necessidades (bens ou serviços) consta dum sistema de permuta equivalente a uma poderosa linguagem inerente ao próprio consumo que restringe o modo de viver do sujeito. Revela-se, portanto, como um poderoso elemento de dominação social, em que a única “liberdade” consiste nos próprios processos de compra (FONSECA, 2007, p.124)

O ponto em questão encontra-se também articulado com modificações no campo da ética. Nessa esfera, a modernidade buscou a construção de referências que pudessem ser tomadas por diferentes indivíduos independentemente do contexto de vida ou atuação. Esse projeto – que Bauman (1997) chama de universalismo – teve como um de seus fundamentos a construção de códigos de conduta aos quais os comportamentos deveriam ser pautados. Tais códigos, ao modular as ações individuais e serem repetidos por todo o tecido social, acabavam por conferir certa padronização e previsibilidade às relações. O que se observa no contexto contemporâneo, por sua vez, é a mudança de vetor que impele o sujeito no reconhecimento dos códigos éticos. O vivente passa a ser o responsável pela condução do processo de criação de formas de vida singulares que tendem a colocar em questão as categorias apriorísticas ou obrigatórias presentes nos universais. A arte de viver, nesse sentido, precisaria contemplar a capacidade de aproximação do sujeito com a concretude dos problemas da vida. Assim, o que vemos é a atualização da problemática entre o universal e o particular, entre uma formação voltada para o eu (individualização) e a integração numa comunidade (processo de socialização) de modo a constituir um espaço que contemple a relação com um outro. Conforme pontua Hermann (2010, p. 93):

[...] A estetização da ética situa-se nesse anseio de preencher o vazio deixado pela queda das justificações metafísicas, justamente porque a estética sempre se interpôs contra o rígido racionalismo, para destacar que as forças da imaginação, da sensibilidade e das emoções teriam maior efetividade para o agir do que a formulação de princípios abstratos e do que qualquer fundamentação teórica da moral.

Nesse processo, a capacidade de aproximar-se do campo da vida, não mais mediada pelo código universal, torna-se fundamental, em vista de que será na própria relação, atualizada no presente, que serão criadas as modulações que permitirão a sua existência. Porém, considerando que a vida para o consumo pauta-se pela premissa de uma experiência eminentemente individual, a construção de relações passa a ser uma arte que precisa ser desenvolvida. Sobre essa questão Bauman (2008, p. 101) afirma que:

O consumo é uma atividade um tanto solitária (talvez até o arquétipo da solidão), mesmo quando, por acaso, é realizado na companhia de alguém. De atividade de consumo não emergem vínculos duradouros. Os vínculos que conseguem se estabelecer no ato de consumo podem ou não sobreviver ao ato [...].

Dentre os elementos necessários para a configuração dessa tarefa imperativa colocada pelo contemporâneo, Bauman (2009) indica que primeiramente, é preciso deixar para trás de si marcas sólidas que nada podem servir como parâmetro para o tempo presente. Abandonar esse porto seguro e ser capaz de adotar novas estratégias, reformuladas continuamente torna-se ponto central nesse processo. Desse modo, retomamos o debate em torno da formação humana. Uma das questões a serem enfrentadas pelo homem contemporâneo é que não basta ser capaz de permanecer no jogo do consumo fechado em si mesmo. É necessário desenvolver capacidades de sobrevivência articuladas com a potencialidade de construir relações, seja com outros viventes, sejam com as diferentes instituições sociais, sendo uma delas, o trabalho.

SOBRE A RELAÇÃO TRABALHO, IDENTIDADE E CONSUMO

As questões indicadas anteriormente incidem também sobre o contexto do trabalho. Se em um primeiro momento, as atividades de trabalho voltavam-se para a produção para, em um segundo tempo, atrelar-se ao consumo, houve a necessidade de introduzir um novo perfil de sujeito trabalhador. Esse ponto nos leva para um importante articulador: a noção de identidade. A partir de uma compreensão do trabalho enquanto produto demarcado histórica e socialmente, Porto (2002, p.157-158) ao pensar tal temática no contexto contemporâneo, afirma que:

[...] Os processos de transformação pelos quais vem passando o trabalho afetam sua característica de integração social, com uma configuração fundamentalmente marcada pela fragmentação. Não só mudam as características do trabalho como muda a forma como é representado por amplas camadas da população.

A partir das reflexões realizadas por Bauman é possível traçar três diferentes posições ocupadas pelo trabalho na formação dos sujeitos em diferentes tempos históricos. Em um contexto pré-moderno, hegemonicamente, a regras era apegar-se a classe de pessoas definida a partir do local e grupo ao qual se havia nascido e viver segundo modelos *standards* fixados para cada categoria social. A partir disso, haviam modos de conduta diferentes esperados para a nobreza e para os vassallos, por exemplo. Isso se transforma por completo já no primeiro tempo da modernidade, no qual se vê a ampliação da responsabilidade do indivíduo que se prolonga até a eleição de uma posição social além do reconhecimento e aprovação da sociedade para tal escolha. Desse modo, em tal contexto, o trabalho apareceu como a principal ferramenta para realização da construção de seu próprio destino. A centralidade da produção de si estará atravessada pelo conceito de identidade. A identidade social buscada – e alcançada por um esforço de efetivo realizado por cada um – teve como determinantes principais a capacidade para o trabalho, o lugar que se ocupava no processo social de produção e projeto elaborado em um momento anterior. Uma vez realizada a eleição, a identidade social poderia construir-se de uma vez e para sempre, para toda a vida, e, ao menos em princípio, também deveriam definir-se a vocação, o posto de trabalho, as tarefas para toda uma vida.

Em sua forma moderna clássica, o problema da identidade para a maioria dos homens e das mulheres consistia na necessidade de adquirir suas definições sociais, construí-las usando seus próprios esforços e recursos, de desempenhos e apropriações, mais do que de propriedades herdadas. A tarefa precisava ser encarada estabelecendo um alvo - um modelo da identidade desejada -, e então, ao longo da vida, aferrando-se obstinadamente ao itinerário determinado pelo estabelecimento do alvo (BAUMAN, 2008b, p. 289).

Assim, a própria noção de construção identitária implica em um produto relativamente estável, regular e coerente, passando por etapas claramente definidas às quais englobariam a carreira laboral. Por essa razão, como bem aponta Bauman (2000), para expressar a natureza do trabalho exigido por uma identificação pessoal, não deve ser surpreendente a ideia de uma “construção”. Segundo o autor, “[...] o curso de uma carreira e a construção de uma identidade pessoal ao longo de toda uma vida chegam assim a completar-se (p. 49). Essa ideia se aproxima do que é indicado por Raud que, em diálogo com Bauman sobre a questão da individualidade (publicado em 2015), pontua que, na modernidade, a noção de identidade foi disseminada a partir de uma perspectiva de indivíduo – com pretensões de universalidade – pautada pela racionalidade, singularidade, responsável pelo controle de suas ações e capaz de se associar à comunidade

humana. É a partir dessa concepção que incide a visão (diagnóstica) de que estaríamos vivendo uma crise da identidade.

No que tange a tal ponto, diferentemente do que se buscava acreditar, a identidade não possui (e provavelmente, nunca possuiu) a solidez de uma rocha, nem pode ser garantida por toda a vida. Ela é negociada cotidianamente a partir dos caminhos tomados por cada um e a forma com que se age no mundo. Nesse sentido, Bauman (2005, p. 21) afirma que a identidade “[...] só nos é revelada como algo a ser inventado e não descoberto [...]”. Se é uma invenção, nos aproximamos novamente da dimensão estética em detrimento das normativas e parametrizações previstas no modelo moderno de sociedade administrada. Nesse sentido, mais importante do que seguir um ordenamento é ser capaz de formular novas formas de existência, sendo o sujeito livre para estabelecer regras enquanto navega em um mundo fluído, traço derivado do enfraquecimento do poder legislativo que impele cada um negociar novas soluções conforme os desafios da vida são apresentados. Porém, a tentativa de resolução da problemática da identidade será capturada pela sociedade de consumo de forma a ser introjetada pelos viventes como desejo e sinal de autonomia. Segundo afirma Manieri (2017), na sociedade de consumo, o que se promete é a formulação de fantasias de identidade, na qual são moduladas as imagens de si. Há nesse jogo de interpelações, uma sensação de liberdade, mas no fundo trata-se de um jogo de “tentação” e “sedução”, a partir da qual o modo de operação do sujeito passará por transformações. Nessa direção, Bauman (2000, p.47) aponta que:

Para os consumidores maduros e experts, atuar desse modo é uma obrigação, uma obrigação imposta: no entanto, essa “obrigação” internalizada, essa impossibilidade de viver a própria vida de qualquer outra forma possível, lhes é apresentada como um **livre exercício de vontade** [...] (grifo nosso).

Os processos de formação humana passam a ser moldados pela premissa necessidade de adequação a um modelo de sociedade que demanda a modificação contínua de si. Quanto a esse ponto, Bauman (2005, p.34) diagnostica que “[...] em nossa época líquido-moderna, em que o indivíduo livremente flutuante, desimpedido, é o herói popular, ‘estar fixo’ – ser ‘identificado’ de modo inflexível e sem alternativa – é algo cada vez mais malvisto”. Como consequência disso, vê-se uma alteração na conduta, na percepção e na relação estabelecida com os outros. O discurso e a sensação de que não cabe investir tempo demasiado em objetos fixos, funciona como sistema chave-fechadura a um modelo de sociedade movida pelo consumo que fomenta a impaciência, insuficiência e inquietude, incentivando a busca por novos hábitos e objetos de satisfação. Se as instituições não conseguem oferecer modelos que possam conferir algum nível de estabilidade, o

mercado aparece como lugar no qual podem buscadas formas de enfrentamento de um mundo, vivenciado como em constante estado de transformação. Assim sendo, em síntese:

O panorama construído até o momento nos fornece as bases para compreender de que forma o mercado, tendo no consumo seu principal suporte, ganha lugar de destaque em nossa vida cotidiana. Um fator importante desse processo é a sensação de que as instituições sociais não conseguem mais garantir uma vida segura e planejada. Tal segurança poderia ser encontrada via relações humanas, porém estas, de certa forma, colocam em xeque a liberdade individual. Sitiado e em frente à impossibilidade ficar muito tempo sem referências e/ou parâmetros de conduta, o mercado surge como alternativa para a resolução do impasse da ambivalência (SILVA; CARVALHAES. 2016, p.75).

Considerando que o processo de construção de si acontecerá a partir das possibilidades determinadas pelas instituições sociais de um tempo, “[...] os caminhos para chegar a viver a própria identidade, a ocupar um lugar na sociedade humana e a viver uma vida que se reconheça como significativa exigem visitas diárias ao mercado” (Bauman, 2000, p.48). É dentro dessa perspectiva que é necessária a cada um desenvolver estratégias criativas – e, portanto, estéticas – para realização de tal empreitada. Nesse sentido, a produção da identidade trata-se de uma bricolagem que tem por base o trabalho com todo o tipo de materiais que se pode ter em mãos (Bauman, 2005).

Desse modo, se o mercado passa a ser espaço para a produção identitária, a adoção de uma ao invés de outra, será avaliada de acordo com a *performance* obtida, ou seja, a partir dos resultados práticos derivados das formas de conduta adotadas. Bauman (2015, p. 91) afirma que esse processo de autoprodução será facilitado “[...] pelo fornecimento de kits de montagem produzidos em massa para performances agora recomendadas – e em seguida avidamente procurados e obtidos, com a ajuda da mídia e de cadeias de lojas especializadas em farejar e buscar lucro”. Assim, observa-se que a (re) construção da identidade torna-se uma conquista para a síndrome do consumo. Possuindo um traço compulsivo, suportar a troca contínua de identidades torna-se tarefa fundamental a ser enfrentada em nosso tempo. É nessa configuração que Bauman (2005, p. 84) afirma que “[...] a identidade é uma luta simultânea contra a dissolução e a fragmentação; uma intenção de devorar ao mesmo tempo uma recusa resoluta de ser devorado”. E quais os impactos disso para o contexto do trabalho? Explica Bauman (2000, p. 50):

Seja qual for a identidade que se busque e deseje, ela deve ter – em concordância com o mercado laboral de nossos dias – o dom da flexibilidade. É preciso que essa identidade possa ser trocada a curto prazo, sem aviso prévio e esteja regida pelo princípio de

manter-se aberta todas as opções possíveis. O futuro nos faz deparar a cada dia com novas surpresas; portanto, proceder de outro modo equivale a privar-se muito, a excluir-se dos benefícios todavia desconhecidos que, ainda que vagamente vislumbrados, podem chegar a nos brindar com voltas do destino e sempre novas e inesperadas ofertas da vida (grifo nosso).

Sendo a flexibilidade, a palavra de ordem do contemporâneo, se por um lado, pode ser observada uma ampliação de modos de conduta que fomentem diferentes maneiras de ser e estar, gerando potencialmente desenvolvimento humano, por outro, o imperativo em manter-se em movimento pode gerar sofrimento ao vivente. Podemos ver facilmente esse processo no mercado de trabalho. A flexibilidade, ao tornar-se exigência tanto como porta de entrada como estratégia de manutenção, insere ao indivíduo a necessidade de desenvolver diferentes habilidades que escapam a fixidez ou perenidade presente, por exemplo, no trabalho no contexto da modernidade pesada. Isso não se faz porém, de modo também paradoxal:

O mercado de trabalho é rígido demais; precisa tornar-se flexível, quer dizer, mais dócil e maleável, fácil de moldar, cortar e enrolar, sem oferecer resistência ao que quer que se faça com ele. Em outras palavras, o trabalho é “flexível” na medida em que se torna uma espécie de variável econômica que os investidores podem desconsiderar, certos de que serão as suas ações e somente elas que determinarão a conduta da mão-de-obra. Para pensar isso, porém, a ideia do “trabalho flexível” nega na prática o que afirma em teoria. Ou melhor, para realizar o que postula, deve despojar o seu objeto daquela agilidade e versatilidade que o exorta a adotar (BAUMAN, 1999, p.108).

A partir de tal condição, o autor afirma que ao favorecer uma valorização da dimensão subjetiva tendo por base o desempenho e a *performance*, os processos de administração da vida visam “[...] manter os residentes sempre ocupados e em movimento – na busca frenética de novas evidências de que continuam a ser bem-vindos” (BAUMAN, 2012, p. 63), ou seja, úteis para as organizações de trabalho. Por essa razão, “[...] hoje, o empregado ou aspirante ao emprego têm de se ‘autodisciplinar’ para garantir que sua performance seja convincente, com boas chances de aprovação agora e no futuro, no caso de mudanças das preferências dos observadores [...]” (BAUMAN, 2010, p. 53). Desse modo, considerando que “[...] a reprodução da vida social, mediado pelo capital, dá-se fundamentalmente através da produção de mercadorias [...]” (FONSECA, 2007, p. 118), vemos uma mudança de vetor se observarmos os dois tempos da modernidade. Se no contexto da modernidade pesada o trabalhador transforma-se em mercadoria através da venda de sua força de trabalho, o que está em jogo aqui é a capacidade de produzir características e traços subjetivos capazes de serem embalados em um formato passível de venda rápida amplamente adaptada às exigências de um mercado em transformação. É nesse sentido que inserem-se dois elementos para nossa análise.

O primeiro diz respeito a visão do trabalhador como um executor multitarefas, ou seja, capaz de exercer atividades variadas dentro ou fora de um determinado campo, sendo que muitas das vezes estas poderão ser realizadas paralelamente. O trabalhador não precisa ser apenas polivalente, ou seja, possuir a destreza em diferentes funções, mas em especial, desenvolver a capacidade dos sentidos de estar atento às demandas imediatas da tarefa, que sendo marcado pelo fluxo e oscilação, necessita de agilidade, habilidade e rápida aprendizagem para resolução de problemas conforme estes venham a surgir. Os efeitos desse processo não se restringem apenas à tarefa, mas a própria estrutura das relações de trabalho. Assim, somada à instabilidade da oferta de emprego formal (entende-se aqui como o tipo de trabalho que confere direitos ao trabalhador), os novos postos de trabalho passam a ser caracterizados, em especial, por contratos temporários ou *part-time* (tempo parcial), combinando-se com outras ocupações e nas quais a garantia de continuidade e permanência não se encontram mais presentes.

O segundo ponto remete à postura empreendedora que vem ampliando seu campo de ação desde o final do século XX. Tal ideia remete a um indivíduo capaz de criar e traçar o próprio destino em detrimento das condições que, muitas vezes, se colocam contrárias a esse processo. Como pontua Rocha (2018, p. 159), “[...] cada indivíduo assume a total responsabilidade pelo seu fracasso ou sucesso no mercado de trabalho. Notadamente, o caminho percorrido por esse discurso gerencial reflete o processo de individualização crescente do homem como um todo. A ação parte do indivíduo e para o indivíduo”.

Considerando o processo de liquefação institucional observado no contexto atual que culmina com a flexibilização das leis trabalhistas e a diminuição da esfera dos direitos, a capacidade de empreender torna-se uma espécie de solução aos problemas vivenciados. Sem emprego ou mesmo que se tenha algum, porém, sem garantias (trabalho precário), colocar-se na posição de jogador torna-se uma alternativa facilmente considerada por todo e a todo e qualquer trabalhador. Para sobreviver, não basta ser igual a todo mundo. Em uma prateleira, produtos iguais desaparecem do olhar do consumidor. É necessário ser diferente, mostrar algo que seja particular, único, fazendo valer a construção de si como fundamento para os resultados do fazer e empreender. Ou seja, “[...] agora você será capaz de selecionar a si mesmo na prateleira de uma loja, assim como aprendeu a selecionar as marcas de barras de chocolate, os acessórios de moda e, mais recentemente (se o dinheiro em seu bolso for o suficiente), também os seus filhos [...]” (BAUMAN, 2010, p. 186-187). Por fim, “[...] adotar a atitude do consumidor é, antes de tudo, decidir pela liberdade de eleição [...]” (BAUMAN, 2000, p.53). Vê-se, portanto, nesse diagnóstico realizado pelo autor que os caminhos pelos quais o indivíduo contemporâneo passa a desejar a configurar-se como um administrador de si mesmo e detentor de múltiplas possibilidades de ser. Tal noção encontra-se ancorada em um discurso que “[...]”declara formas mais humanas de

trabalho, novas formas de fazer negócios, empoderamento dos trabalhadores, flexibilização para maior autonomia e a tão famigerada liberdade [...]” (MELLO; MEIRA, 2018, p.931), submetendo, assim, a produção da subjetividade à esfera do capitalismo e do consumo.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES PARA FINALIZAR

Os processos descritos ao longo desse breve artigo possuem, seguindo os traços vivenciados no contexto contemporâneo, características ambivalentes. Se por um lado, a flexibilização dos modos de vida ampliou as possibilidades de atuação do mundo para além dos estereótipos descritos como possíveis para cada sujeito em alinhamento pelo lugar ocupado no tecido social, por outro, tem-se efeitos na dimensão subjetiva que podem acabar por gerar sofrimento. Vamos nos debruçar sobre esses dois pontos. Se o trabalho moderno era marcado pela rotina e pela necessidade de seguir regras específicas como forma de garantia de maior produção, em vista da necessidade de multiplicação das tarefas a serem executadas, abriu-se novas possibilidades de aprendizagem e desenvolvimento ao trabalhador dentro do seu espaço de trabalho. Nesse sentido, o discurso da invenção de si surge como contraponto para a fixidez do eu e a repetição da vida.

Porém, vê-se aqui um duplo risco. O primeiro é que a constante destruição e reconstrução identitária – que se dá no interior da política da vida e individualmente executada – impulsionada pelos mercados consumidores se tornou o passatempo favorito dos viventes de nosso tempo. Bauman (2010, p. 193) afirma que esse processo além dos riscos, custa muito suor e cansaço, sendo que “[...] mais cedo ou mais tarde, tende a se transformar em tédio”. Além disso, ao tomar esse elemento como imperativo, tem-se a construção de um panorama que coloca o indivíduo em um ciclo pautado por novos tipos de violência derivadas da contínua necessidade de implemento de mais e melhor *performance*. Como bem aponta Han (2017, pos.154):

[...] a sociedade de desempenho é uma sociedade de autoexploração. O sujeito de desempenho explora a si mesmo até chegar a consumir-se totalmente (burnout), e assim há o surgimento da autoagressividade, que vai se intensificando e, não raro, leva ao suicídio. O projeto revela ser, na verdade, um projétil que o sujeito de desempenho direciona contra si.

Todo esse processo de flexibilização da formação do trabalhador que teria como um de seus objetivos a libertação do humano das amarras de um cotidiano de trabalho que o corroía através da minimização das suas capacidades, tem levado como efeito ao desenvolvimento de intenso sofrimento psíquico. Bendassolli (2005) já indicava que a cultura da *performance* gerava um aumento na pressão por resultados, sendo o trabalhador o principal responsável pelo sucesso ou fracasso da empresa em que atua. Isso ganha contornos trágicos se tomarmos que o contexto da precarização do trabalho tem levado a um número cada vez maior de pessoas para fora do trabalho

formal. Nesse sentido, as instâncias de disciplina e regulação se transformam para produzir outras esferas de controle:

[...] A queda da instância dominadora não leva à liberdade. Ao contrário, faz com que liberdade e coação coincidam [...]. Essa é mais eficiente que a exploração do outro, pois caminha de mãos dadas com o sentimento de liberdade. O explorador é ao mesmo tempo o explorado [...]. Os adoecimentos psíquicos da sociedade de desempenho são precisamente as manifestações patológicas dessa liberdade paradoxal (CORDEIRO, FRIEDE. MIRANDA, 2018, p.42-43).

Bauman (2010) afirma que tal imposição por decreto faz-se esvaziar a produção de uma arte da existência. Se pensarmos que todo o processo de construção identitária, por ser parcial e incompleta, ela atualiza o fantasma de tornar-se inútil às estruturas produtivas, o que retroalimenta a necessidade de movimento. Assim, o problema da identidade reflete a esfera de articulação entre consumo, experiência e a formação humana no que tange a ambivalência típica da sociedade contemporânea:

[...] As identidades, como os bens de consumo, devem pertencer a alguém; porém, somente para serem consumidos e desaparecer novamente. Como os bens de consumo, as identidades não devem fechar os caminhos até outras identidades novas e melhores, impedindo a capacidade de absorvê-las. Sendo este requisito, não há sentido buscá-las em outra parte a não ser no mercado [...] (BAUMAN, 2000, p.51).

Observamos ao longo do tempo recente a formulação de uma lógica (econômica) que traça um caminho do efêmero e volátil até a formulação do precário. Considerando tais pontos que caracterizam a sociedade de consumo, ao inserir cada um de nós como mais um elemento dessa cadeia que mantém todo um sistema em funcionamento, torna-se importante a construção de estratégias de vida (que incluem a problematização dos valores vigentes) de modo a construir resistências, de modo a, por um lado, minimizar os danos derivados desse processo e, por outro, traçar outras formas de vida para além desta que se encontra colocada.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Ética Pós-Moderna**. São Paulo: Paulus, 1997

_____. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999

_____. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000^a

_____. **Trabajo, consumismo y nuevos pobres**. Barcelona: Gedisa Editorial, 2000b.

_____. **Identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005

_____. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008a.

_____. **A Sociedade Individualizada**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008b.

_____. **A arte da vida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2009a.

_____. **Capitalismo parasitário**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010a.

_____. **Vida a crédito**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010b.

_____. **Isto não é um diário**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

BAUMAN, Zygmunt; RUAD, Rein. **A individualidade numa época de incertezas**. Rio de Janeiro: Zahar, 2015.

BENDASSOLLI, Pedro. Cultura da performance. **GV EXECUTIVO**, [S.l.], v. 3, n. 4, p. 45-48, out. 2005.

CORDEIRO, Francisco Antonio Vieira; FRIEDE, Reis; MIRANDA, Maria Geralda de. A Violência Simbólica na Sociedade do Cansaço do Século XXI. **Revista Augustus (UNISUAM)**, v. 23, p. 30-53, 2018.

DURÃES, Sara Jane Alves. Aprendendo a ser professor(a) no século XIX: algumas influências de Pestalozzi, Froebel e Herbart. **Educação e Pesquisa**, v.37, n.3, p. 465 - 480, set./dez. 2011.

FONSECA, Rui Pedro. A arte como discurso. A identidade como mercadoria. **Sociologia, Problemas e Práticas**, n.53, p. 117-133, 2007.

HAN, Byung-chul. **Topologia da violência**. Edição Kindle. Petropolis/RJ: Editora Vozes, 2017.

HERMANN, Nadja. **Autocriação e horizonte comum**: ensaios sobre educação éticoestética. Ijuí: UNIJUÍ. 2010.

MELLO, Jéssica Pereira de; MEIRA, Fabio Bittencourt. Imaginário organizacional neoliberal: Ressonâncias na subjetividade. In **Nuevas formas de organización y trabajo**: Latinoamérica frente a los actuales desafíos económicos, sociales y medioambientales. p.931-934. Santiago: Red Pilares, 2018.

MANIERI, Dagmar. O indivíduo na condição pós-moderna: a perspectiva crítica de Zygmunt Bauman. **Cadernos Zygmunt Bauman**, v.7, n.13, p.2-23, 2017.

MENESES, Sandra Maria Moreira de. Adultização da infância pela mídia: uma leitura sóciohistórica. **Revista Psicologias**, v.2, p.1-15, 2016.

PORTO, Maria Stela Grossi. Violência e Meios de Comunicação de Massa na Sociedade Contemporânea. **Sociologias**, v.4, n.8, p.152-171, jul/dez, 2002.

ROCHA, Thiago Alencar da. O culto da performance: o novo modelo de trabalho do século XXI. **Revista Sem Aspas**, [S.l.], p. 156-167, jan. 2018.

SILVA, Rafael Bianchi; CARVALHAES, Flávia Fernandes. Consumo e felicidade na contemporaneidade. **Revista Espaço Acadêmico** (UEM), v. 16, p. 71-82, 2016.