

O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR LÍQUIDO: gestão da efemeridade e a lógica do mercado
THE BEHAVIOR OF THE LIQUID CONSUMER: managing ephemerality and market logic

Rafael de Souza Velasco¹
Rafael Montoito²

RESUMO: Este artigo explora as profundas transformações no comportamento do consumidor e na lógica do mercado trazidas pela modernidade líquida, conceito introduzido pelo sociólogo Zygmunt Bauman. Analisa-se a transição de uma sociedade de produtores, definida pela estabilidade da modernidade sólida, para uma sociedade de consumidores marcada pela volatilidade, impermanência e constante busca por novidades. Nesse contexto líquido-moderno, o consumo permeia todas as esferas da vida, exigindo que indivíduos e organizações se adaptem aos desejos e comportamentos dos consumidores, que mudam rapidamente. A pesquisa reflete sobre as consequências éticas e sociais de uma economia centrada na obsolescência e na renovação constante, instigando uma reavaliação da sustentabilidade e do valor duradouro dentro da sociedade de consumo.

Palavras-chave: Comportamento do Consumidor; Sociedade Líquida; Lógica do Mercado.

ABSTRACT: This article explores the profound transformations in consumer behavior and market logic brought about by liquid modernity, a concept introduced by sociologist Zygmunt Bauman. It examines the transition from a producer society, defined by the stability of solid modernity, to a consumer society characterized by volatility, impermanence, and a constant pursuit of novelty. In this liquid-modern context, consumption permeates all spheres of life, requiring individuals and organizations to adapt to rapidly changing consumer desires and behaviors. The research reflects on the ethical and social consequences of an economy centered on obsolescence and constant renewal, prompting a re-evaluation of sustainability and enduring value within the consumer society.

Keywords: Consumer Behavior; Liquid Society; Market Logic.

INTRODUÇÃO

Na era da *modernidade líquida*, conceito introduzido por Zygmunt Bauman, as estruturas sociais e econômicas são marcadas pela constante mutabilidade e pela efemeridade. O consumismo, que antes era um reflexo do capitalismo sólido e da sociedade de produtores, se transformou em uma força central na definição de identidades e relações sociais. Hoje, a

¹ Mestre em Educação e Tecnologia. Instituto Federal Sul-Rio-Grandense / Câmpus Pelotas. E-mail: rafaelvelasco@ifsul.edu.br

² Doutor em Educação para Ciência. Instituto Federal Sul-Rio-Grandense / Câmpus Pelotas. E-mail: xmontoito@gmail.com

lógica do mercado permeia todas as esferas da vida, promovendo uma cultura de obsolescência planejada e de renovação incessante. Essa transição exigiu do mercado uma reformulação das estratégias convencionais, já que ele passou a lidar com consumidores que buscam, simultaneamente, experiências inovadoras e a satisfação de desejos fugazes, sempre em busca de novos estímulos. Essa volatilidade impõe desafios significativos à gestão, pois a adaptabilidade e a capacidade de inovar rapidamente são essenciais para prosperar em um ambiente onde o valor das mercadorias, e até mesmo das marcas, pode ser transitório. Neste contexto, entender a dinâmica do consumidor líquido é crucial para se manter competitivo. Este artigo, que tem como objetivo analisar o impacto da modernidade líquida na lógica do mercado e no comportamento do consumidor, explora as implicações dessa nova configuração social para o empreendedorismo, refletindo sobre como o mercado se adapta – ou falha em se adaptar – às demandas de uma sociedade em constante transformação.

1. DA MODERNIDADE SÓLIDA À MODERNIDADE LÍQUIDA: a transformação das estruturas sociais e econômicas

A fim de delimitar uma linha que viesse segregar o *modus operandi* do mundo moderno frente àquilo que ele passou a perceber ser a dinâmica da contemporaneidade, Bauman cunhou a expressão *modernidade líquida*. Em oposição ao que ele passou a chamar de *modernidade sólida*, quando as relações eram rigidamente estabelecidas, tendendo a serem mais fortes e duradouras, nos dias atuais, segundo sua perspectiva, elas passaram a perder a sua solidez, flertando com a efemeridade de um mundo cada vez mais dinâmico e acelerado, representado pelo fenômeno da liquefação.

Uso aqui a expressão “modernidade líquida” para denominar o formato atual da condição moderna, descrita por outros autores como “pós-modernidade”, “modernidade tardia”, “segunda modernidade” ou “hipermodernidade”. O que torna “líquida” a modernidade, e assim justifica a escolha do nome, é sua “modernização” compulsiva e obsessiva, capaz de impulsionar e intensificar a si mesma, em consequência do que, como ocorre com os líquidos, nenhuma das formas consecutivas de vida social é capaz de manter seu aspecto por muito tempo. “Dissolver tudo que é sólido” tem sido a característica inata e definidora da forma de vida moderna desde o princípio; mas hoje, ao contrário de ontem, as formas dissolvidas não devem ser substituídas (e não o são) por outras formas sólidas – consideradas “aperfeiçoadas”, no sentido

de serem até mais sólidas e “permanentes” que as anteriores, e portanto até mais resistentes à liquefação. No lugar de formas derretidas, e portanto inconstantes, surgem outras, não menos – se não mais – suscetíveis ao derretimento, e portanto também inconstantes (Bauman, 2013, p. 16).

O autor justifica a utilização do termo *modernidade líquida* explanando que nesta sociedade contemporânea as formas sociais e culturais se transformam rapidamente, e nenhuma configuração permanece estável por muito tempo. Essa condição reflete-se em todos os aspectos da vida, onde a certeza e a segurança são substituídas por um estado contínuo de adaptação e flexibilização. As relações, as identidades e até mesmo os valores se tornam maleáveis, moldando-se constantemente às novas circunstâncias e exigências de uma sociedade em perpetua transformação.

Os fluidos, por assim dizer, não fixam o espaço nem prendem o tempo. Enquanto os sólidos têm dimensões espaciais claras, mas neutralizam o impacto e, portanto, diminuem a significação do tempo (resistem efetivamente a seu fluxo ou o tornam irrelevante), os fluidos não se atêm muito a qualquer forma e estão constantemente prontos (e propensos) a mudá-la; assim, para eles, o que conta é o tempo, mais do que o espaço que lhes toca ocupar; espaço que, afinal, preenchem apenas “por um momento”. Em certo sentido, os sólidos suprimem o tempo; para os líquidos, ao contrário, o tempo é o que importa. (Bauman, 2001, p.8).

O termo *modernidade sólida*, segundo Bauman (2001), refere-se ao período da modernidade clássica, que se estende do final do século XVIII até meados do século XX. Durante essa era, a sociedade era caracterizada por estruturas sociais e instituições rígidas e bem definidas, como a família tradicional, o Estado-nação e as organizações industriais. Havia um forte sentido de ordem, estabilidade e previsibilidade. A identidade dos indivíduos era, em grande parte, moldada por essas estruturas estáveis, com trajetórias de vida relativamente lineares e papéis sociais claramente definidos. Bauman (2001) define a estrutura social desta era sólido-moderna e industrial como sociedade de produtores, onde o valor dos indivíduos era principalmente associado à sua capacidade de trabalho e produção. A identidade e a integração social eram fortemente vinculadas ao papel desempenhado no processo produtivo e à classe trabalhadora. Este período econômico foi cunhado pelo autor como *capitalismo pesado* - o qual era fortemente identificado com a era fordista da produção industrial – e “era obcecado por volume e tamanho, e, por isso, também por fronteiras, fazendo-as firmes e impenetráveis” (Bauman, 2001, p. 76). Este período foi

marcado por uma relação simbiótica entre capital e trabalho, onde ambos os lados eram interdependentes e estavam ancorados em locais fixos como as grandes fábricas. O capital dependia da mão-de-obra para a sua reprodução e crescimento, enquanto os trabalhadores dependiam do emprego para sua sobrevivência. As fábricas funcionavam como o ponto de encontro fixo para essa interação, criando um ambiente estável, embora muitas vezes conflitante, onde as rotinas e as hierarquias rígidas predominavam.

Este sistema valorizava a estabilidade e a permanência, criando uma espécie de "casamento" entre capital e trabalho que, apesar dos conflitos, era destinado a durar por um longo período. A administração se centrava em manter a mão-de-obra alinhada e produtiva, um esforço que exigia considerável supervisão e controle. No entanto, com a transição para a modernidade líquida, Bauman (2001) afirma que o capitalismo se tornou "leve". Esta nova fase é caracterizada pela volatilidade e pela flexibilidade, onde o capital se torna móvel, liberto das amarras físicas e dos compromissos de longo prazo. As grandes fábricas e a mão-de-obra fixa deram lugar a arranjos mais temporários e flexíveis, refletindo a natureza fluida e mutável da economia contemporânea. Esta mudança subverte a estabilidade do capitalismo pesado, promovendo um ambiente onde as relações de trabalho são mais precárias e menos previsíveis.

Os passageiros do navio "Capitalismo Pesado" confiavam (nem sempre sabiamente) em que os seletos membros da tripulação com direito a chegar à ponte de comando conduziriam o navio a seu destino. Os passageiros podiam dedicar toda sua atenção a aprender e seguir as regras a eles destinadas e exibidas ostensivamente em todas as passagens. Se reclamavam (ou às vezes se amotinavam), era contra o capitão, que não levava o navio a porto com a suficiente rapidez, ou por negligenciar excepcionalmente o conforto dos passageiros. Já os passageiros do avião "Capitalismo Leve" descobrem horrorizados que a cabine do piloto está vazia e que não há meio de extrair da "caixa preta" chamada piloto automático qualquer informação sobre para onde vai o avião, onde aterrizará, quem escolherá o aeroporto e sobre se existem regras que permitam que os passageiros contribuam para a segurança da chegada (BAUMAN, 2001, p. 77).

O autor argumenta que esta transição resultou em uma vida social mais individualizada e fragmentada, onde os indivíduos passaram a enfrentar a dicotomia de terem maior liberdade, por um lado, mas também maior insegurança, por outro: a responsabilidade pela construção de sua vida passa a ser centralizada no indivíduo, em um

contexto de transitoriedade e incerteza contínua. Eis que chegamos ao ponto central para a obra de Bauman: a crítica à sociedade líquido-moderna. Ele não argumenta se ela é melhor ou pior do que a sociedade anterior; seu enfoque está na problematização das novas estruturas sociais e das relações humanas em geral, onde ambas são caracterizadas pela fluidez e pela falta de permanência, diferentemente da modernidade sólida, onde as instituições e os laços sociais eram estáveis e duradouros. Em contraste à *Sociedade de Produtores*, ao analisar as transformações socioeconômicas e culturais do mundo contemporâneo, o autor cunha o termo *Sociedade de Consumidores* (Bauman, 2007) para referir-se à estrutura social líquido-moderna, a qual possui característica pós-industrial: a identidade e a posição social são moldadas pelo consumo e pela capacidade de adquirir bens e experiências. Nesta sociedade, a lógica do mercado e do consumo permeia todas as esferas da vida, promovendo uma constante busca por novidade e obsolescência planejada, resultando em uma sociedade marcada pela transitoriedade, pela superficialidade dos laços sociais e pela valorização do hedonismo e do prazer instantâneo. Essa mudança reflete uma profunda transformação nos modos de subjetivação e na estruturação das relações sociais, naquilo que Bauman chama de *distopia* – ou seja, o contrário de *utopia*.

Se o termo utopia trata-se de um lugar ideal - de algo que não existe e/ou difícil de ser concretizado -, mas que em tese deseja-se vivenciar, a distopia corresponde a uma zona em que, de maneira alguma, ambiciona-se experimentar. A modernidade líquida abordada por Bauman (2001) aborda esse caráter distópico, principalmente através da lente de suas reflexões sobre sociedade de consumo e as condições de vida na contemporaneidade. Para Bauman, as utopias tradicionais são narrativas que projetam um ideal de sociedade perfeita, harmoniosa e justa, funcionando como horizontes de esperança que mobilizam a ação coletiva em direção a um futuro melhor. Por outro lado, as distopias, na visão de Bauman, são representações de sociedades futuras onde as condições de existência se deterioraram em relação ao presente, muitas vezes como resultado de desenvolvimentos sociais, tecnológicos ou políticos mal orientados. As distopias servem como avisos, revelando os perigos iminentes que as sociedades enfrentam se continuarem em certos caminhos destrutivos ou desumanizadores.

Bauman via a relação entre utopia e distopia não como categorias mutuamente exclusivas, mas como extremos de um espectro de possibilidade futura que reflete as

ansiedades e esperanças de uma época. No contexto da modernidade líquida, Bauman (2017) argumenta que as grandes narrativas utópicas do passado perderam sua força e credibilidade, deixando um vácuo preenchido por um tipo de utopia negativa ou uma série de distopias — visões de futuro que mais temem do que aspiram -, nas quais “estamos numa situação ou/ou: estamos diante da perspectiva de nos darmos as mãos ou de rumar para as nossas valas comuns” (Bauman, 2017, p. 155). Um aspecto crucial em Bauman é sua crítica à incapacidade das sociedades contemporâneas de se engajarem em projetos utópicos significativos devido à prevalência do individualismo, consumismo e à transitoriedade das relações sociais. Em um mundo caracterizado pela liquidez, as visões coletivas de futuro são cada vez mais substituídas por projetos individuais de satisfação imediata, levando a um enfraquecimento do espaço público e da capacidade coletiva de imaginar e construir alternativas ao status quo.

Em suma, enquanto as utopias representam aspirações coletivas por uma sociedade melhor e mais justa, as distopias refletem os medos coletivos de um futuro no qual as atuais trajetórias sociais e tecnológicas levam a resultados desastrosos. Ambas são importantes para a compreensão crítica da sociedade, mas a capacidade de se engajar com utopias de forma significativa é vista como sendo minada pelas condições da modernidade líquida. Na distopia líquido-moderna, a maneira de lidar com a arte foi amplamente modificada, já que a cultura contemporânea via “o máximo de tolerância e o mínimo de seletividade” (Bauman, 2013, p. 18):

Hoje a cultura consiste em ofertas [...] em uma sociedade de consumidores, em que a cultura [...] se manifesta como arsenal de artigos destinados ao consumo, todos competindo pela atenção, insustentavelmente passageira e distraída, dos potenciais clientes, todos tentando prender essa atenção por um período maior que a duração de uma piscadela (Bauman, 2013, p. 18).

Desta forma, assim como outros produtos culturais, a música é sujeita à lógica do mercado de consumo, caracterizada pela rápida obsolescência e constante necessidade de novidade, apresentada como um espetáculo de fácil acesso e substituição constante. A própria maneira de consumir música ao longo da sociedade líquido-moderna vem se transformando, desconstruindo hábitos e relações com a arte. Adorno (2002) atenta que, especialmente sob o capitalismo avançado, a música é transformada em mercadoria e

consumida de maneira superficial. Ele observa que as práticas de consumo musical mudaram, e as pessoas não dedicam mais tempo para uma apreciação profunda e atenta da música. Em vez disso, a música se torna um mero acompanhamento para outras atividades, perdendo seu valor intrínseco e sua capacidade de promover uma experiência estética significativa e reflexiva. O autor chama a atenção para a *degradação do patrimônio cultural* (Adorno; Horkheimer, 1985) e a redução da música a um produto de consumo que serve mais como pano de fundo do que como objeto de contemplação e apreciação autônoma.

Atualmente, com o advento do consumo de música digital através de *streamings*³ como *Spotify*, *Deezer*, *YouTube Music* etc., está ainda mais acentuado que ouvir música trata-se de “acompanhamento” e não de “finalidade”. Ou seja, não se compra mais o álbum de um artista, com encarte, imagens e todo o conceito estético da obra a fim de reunir-se com os amigos para apreciar seu artista favorito ou para escutar sozinho a música em seu quarto, refletindo qual foi a intenção do compositor ao criar determinada letra; mas sim, se consome *singles*⁴, desconexos do restante da obra do compositor ou intérprete, que – por padrão – desaparecerá tão rápido das *playlists*⁵ de sucesso quanto levou para entrar nelas. Há tanto do que se abordar sobre o comportamento do consumidor em relação à teoria baumaniana que seria severamente difícil contemplar reflexões acerca de todas as suas mais de 50 obras neste artigo. Por isso, explanaremos o pensamento líquido moderno a partir da música e sua ótica cultural, utilizando-nos da letra de uma canção elencada para nortear nossa discussão, a qual possui diversos elementos para que possamos argumentar sobre a sociedade de consumo a partir do ponto de vista de Zygmunt Bauman e de alguns autores complementares. Abaixo, a letra da música *A Melhor Banda de Todos os Tempos da Última Semana* (Mello; Britto, 2001), interpretada pela banda brasileira *Titãs*, a qual reflete sobre

³ Serviço digital que permite ouvir música pela internet sem a necessidade de baixar as faixas para o dispositivo. Os usuários podem acessar uma vasta biblioteca de músicas e criar playlists, descobrir novos artistas e músicas, e muitas vezes compartilhar suas seleções com amigos. Esses serviços geralmente estão disponíveis em várias plataformas, incluindo smartphones, tablets, computadores e dispositivos inteligentes de áudio, como alto-falantes inteligentes e smart TVs.

⁴ No contexto atual da música digital e do streaming, um single é uma faixa lançada individualmente em plataformas digitais.

⁵ Coleção de músicas agrupadas em uma lista que pode ser reproduzida em sequência ou de forma aleatória. As playlists são uma característica comum dos serviços de streaming de música e podem ser criadas e personalizadas pelos usuários ou oferecidas pelas próprias plataformas.

o efêmero sucesso no mundo da música, criticando a superficialidade artística do que é considerado moda na cultura líquido-moderna:

*Quinze minutos de fama
Mais um pros comerciais
Quinze minutos de fama
Depois descanse em paz
O gênio da última hora
É o idiota do ano seguinte
O último novo rico
É o mais novo pedinte
A melhor banda de todos os tempos da última semana
O melhor disco brasileiro de música americana
O melhor disco dos últimos anos de sucessos do passado
O maior sucesso de todos os tempos entre os dez maiores fracassos
Não importa contradição
O que importa é televisão
Dizem que não há nada que você não se acostume
Cala a boca e aumenta o volume, então
As músicas mais pedidas
Os discos que vendem mais
As novidades antigas
Nas páginas dos jornais
Um idiota em inglês
Se é idiota, é bem menos que nós
Um idiota em inglês
É bem melhor do que eu e vocês
Os bons meninos de hoje
Eram os rebeldes da outra estação
O ilustre desconhecido
É o novo ídolo do próximo verão*

A seguir, desdobraremos a teoria baumanianas por intermédio das estrofes da letra musical citada acima, esmiuçando o pensamento líquido-moderno tão presente na sociedade de consumidores.

2. A RAPIDEZ DAS MUDANÇAS DO MUNDO LÍQUIDO

Bauman (2001) destaca que a modernidade líquida é marcada pela transitoriedade e pela incerteza. Isso é visível em várias áreas da vida contemporânea, onde a instabilidade e a mudança constante são normativas. Nesta fase, as relações sociais, os empregos e as

identidades tornaram-se mais temporários e menos previsíveis, refletindo uma sociedade marcada pela flexibilidade e pela constante mudança – que pode ser pertinentemente representada pelo trecho da música (o início do refrão, que também dá nome à canção) “A melhor banda de todos os tempos da última semana” (Mello; Britto, 2001), fazendo alusão à sociedade atual: o que era prestigiado ontem, mudou repentinamente; só não tão repentinamente quanto o amanhã mudará em relação ao hoje. O termo “liquidez” indica que, assim como os líquidos, as estruturas e normas sociais na modernidade líquida são difíceis de fixar e estão em constante movimento. De acordo com Bauman (2013), essa liquidez resulta na incapacidade de qualquer forma social se estabilizar, alimentando uma cultura de constante mudança e inovação superficial. As pessoas são incentivadas a mudar de identidade com a mesma frequência que mudam de roupas, uma demanda sustentada pelo mercado de consumo que lucra com a obsolescência rápida e o descarte. Esta metáfora adotada – a da liquidez - evidencia a rapidez com que devemos responder aos diferentes estímulos provocados por uma sociedade de consumidores, que é “o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumistas, e rejeita todas as opções culturais alternativas” (BAUMAN, 2008, p. 71).

o “consumismo” é um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes e, por assim dizer, “neutros quanto ao regime”, transformando-os na principal força propulsora e operativa da sociedade, uma força que coordena a reprodução sistêmica, a integração e a estratificação sociais, além da formação de indivíduos humanos, desempenhando ao mesmo tempo um papel importante nos processos de auto-identificação individual e de grupo, assim como na seleção e execução de políticas de vida individuais (Bauman, 2007, p. 33).

Conforme disserta Bauman (2005, p. 15) “velocidade, e não duração, é o que importa. Com a velocidade certa, pode-se consumir toda a eternidade do presente contínuo da vida terrena [...] O truque é comprimir a eternidade de modo a ajustá-la, inteira, à duração de uma existência individual”.

O consumismo não se refere à satisfação dos desejos, mas à incitação do desejo por outros desejos sempre renovados – de preferência do tipo que não se pode saciar. Para o consumidor, um desejo satisfeito deve ser quase tão prazeroso e excitante quanto uma flor murcha ou uma garrafa de plástico

vazia; para o mercado de consumo, um desejo satisfeito seria também o prenúncio de uma catástrofe iminente (Bauman, 2021a, p. 120).

Aqui, Bauman (2021a) destaca uma característica central da sociedade de consumo: a perpetuação incessante do desejo. Segundo ele, o consumismo não visa à satisfação dos desejos individuais, mas à criação contínua de novos desejos, que são renovados constantemente e, idealmente, nunca plenamente satisfeitos. Esse ciclo interminável de incitação e frustração é essencial para a sustentabilidade do mercado de consumo, pois um desejo totalmente satisfeito implicaria o fim da necessidade de consumir, o que seria catastrófico para a economia baseada no consumo. Bauman sugere que a satisfação do desejo no contexto consumista é efêmera e superficial, comparável a “uma flor murcha ou uma garrafa de plástico vazia” (2021a, p. 120) – algo que rapidamente perde seu valor e atratividade. A lógica do mercado de consumo depende dessa transitoriedade, pois a excitação e o prazer do consumidor devem ser continuamente renovados para manter o ciclo de compra e consumo ativo. Dessa forma, o consumismo gera uma cultura de insatisfação crônica, onde a busca por novos desejos se torna uma constante, impedindo a realização plena e promovendo a instabilidade e a superficialidade das experiências humanas.

3. O FRACASSO MERITOCRÁTICO-CONSUMISTA

O trecho da música “O maior sucesso de todos os tempos entre os dez maiores fracassos” (Mello; Britto, 2001) nos remete ao medo do fracasso, em uma sociedade de consumidores que responsabiliza unicamente o indivíduo pela sua “sorte ou revés”. A ideia meritocrática de “quem não joga as regras do jogo não deve prosperar” ganha eco estilo de vida líquido moderno.

A “sociedade de consumidores”, em outras palavras, representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumistas, e rejeita todas as opções culturais alternativas. Uma sociedade em que se adaptar aos preceitos da cultura de consumo e segui-los estritamente é, para todos os fins e propósitos práticos, a única escolha aprovada de maneira incondicional. Uma escolha viável e, portanto, plausível – e uma condição de afiliação (Bauman, 2007, p. 58).

Corroborando com a teoria de Bauman, Han (2015) critica a ideia neoliberal do desempenho, que vem à tona – e é vendida a todos – disfarçada de dedicação, autonomia, superação individual e liberdade, mas que, na verdade é a expressão de uma nova forma de exploração, que está por trás do que o autor denomina de “sociedade do cansaço”, uma sociedade na qual o próprio indivíduo se autoexplora visando ao êxito e ao sucesso de suas atividades. Han (2015) argumenta que a dominação e a exploração no neoliberalismo não são mais articuladas pela negatividade da proibição e da vigilância, a exemplo de como se dava na “sociedade disciplinar”⁶, cujo símbolo máximo era o *Panóptico* (Foucault, 1987). Em suas palavras, atualmente, dominação e exploração se fundamentam no excesso de positividade, em uma ideia individualista de que, com vontade e foco, nada é impossível para o ser humano; há uma atmosfera incitada de que tudo só depende do esforço individual da pessoa, ignorando fatores históricos, sociais, econômicos e políticos. Logo, a culpa pelo indivíduo não atingir os seus objetivos é unicamente sua, como se não tivesse destinado esforço suficiente para alcançá-los e, desta forma, escolhesse fracassar. Nos tempos atuais, o paradigma é outro: em vez de dizer o que o dominado é proibido de fazer, exercendo um controle disciplinar sobre o indivíduo, a “positividade da violência neuronal”⁷ (Han, 2015) reforça a todo momento que o indivíduo (auto)explorado pode vencer, bastando que ele se dedique suficientemente.

Então, segundo Han (2015), a forma de exploração do neoliberalismo não é mais aquela do sujeito da obediência. Na pós-modernidade, a forma mais sofisticada, considerada a última geração da exploração, é o *sujeito de desempenho*, justamente por esse trazer uma sensação de liberdade ao indivíduo.

⁶ A sociedade disciplinar é uma elaboração de Michel Foucault para explicar a configuração da sociedade europeia no período de ascensão do capitalismo e gradativa queda do poder monárquico. Esta sociedade é palco do exercício de um tipo de poder específico, que, de forma capilar, marca os corpos através de extrema vigilância, aplicação de normas e aplicação de exames constantes. Por fim, a tecnologia panóptica entra como elemento fundamental para o ápice da sociedade disciplinar (Foucault, 1987).

⁷ O autor cunha este termo partindo de uma constatação relativamente comum para o problema das relações entre sociedade e sofrimento psíquico: cada época tem suas enfermidades. Dado que os sofrimentos psíquicos são compreendidos atualmente sobretudo como desvios neuroquímicos. Para Han, a violência de nossa época se configura como uma *violência neuronal*. Não obstante a expressão, sua explicação passa ao largo de aspectos fisiológicos do sistema nervoso: sofrimentos psíquicos como *síndrome de burnout*, *transtorno de déficit de atenção*, *hiperatividade* e *depressão* são apreendidos pelo autor em sua relação direta com o modo operatório do capitalismo contemporâneo. Logo, a *violência neuronal* não é provocada pelas estranhezas daquilo que é diverso, mas sim pelo excesso de positividade. Esta violência é marcada não mais por infecções, mas por doenças neuronais.

O sujeito de desempenho está livre da instância externa de domínio que o obriga a trabalhar ou que poderia explorá-lo. É senhor e soberano de si mesmo. Assim, não está submisso a ninguém ou está submisso apenas a si mesmo. É nisso que ele se distingue do sujeito de obediência. A queda da instância dominadora não leva à liberdade. Ao contrário, faz com que liberdade e coação coincidam (Han, 2015, p.20-21).

Ao falar em produção, Bauman (2001) chama a atenção não apenas para o que anteriormente compreendíamos como bens duráveis ou não duráveis: “a característica mais proeminente da sociedade de consumidores – ainda que cuidadosamente disfarçada e encoberta – é a *transformação dos consumidores em mercadorias*” (Bauman, 2008, p.20). A sensação pós-moderna de que se faz necessário produzir mais e constantemente, inclusive se autopromover, é sintoma dos crescentes avanços nas telecomunicações, uma vez que esses trazem a sensação de que as distâncias foram encurtadas, o que acaba impulsionando o desejo de otimização do tempo diário do indivíduo, causando a falsa sensação de estarmos conectados a tudo e a todos. A velocidade com que a rotina diária acontece impede que se dê vazão ao ócio, tão necessário para a criatividade. Sua relevância foi apontada pelo sociólogo italiano Domenico De Masi, que desenvolveu sua teoria no livro *O Ócio Criativo* (2000), no qual defende a ideia de que o ser humano deve buscar qualidade de vida, em uma maneira inovadora de definir o trabalho: para ele, é preciso que os cidadãos tenham momentos ociosos em suas rotinas, a fim de que a criatividade possa aflorar na mente dos partícipes de uma sociedade que se torna cada vez mais veloz. Essa discussão não é recente e nem limitada a poucos teóricos: em *O Elogio ao Ócio*, do filósofo Bertrand Russell, cujos ensaios foram publicados originalmente na década de 1930, tal temática já era abordada. O ócio é o extremo oposto do que Bauman (2001) vê acontecer com a vida na contemporaneidade, uma vez que entende a todos como produtos e consumidores que estão em permanente reformulação das próprias identidades.

A busca da identidade é a busca incessante de deter ou tornar mais lento o fluxo, de solidificar o fluido, de dar forma ao disforme. Lutamos para negar, ou pelo menos encobrir, a terrível fluidez logo abaixo do fino envoltório da forma; tentamos desviar os olhos de vistas que eles não podem penetrar ou absorver. Mas as identidades, que não tornam o fluxo mais lento e muito menos o detêm, são mais parecidas com crostas que vez por outra endurecem sobre a lava vulcânica e que se fundem e dissolvem novamente antes de ter

tempo de esfriar e fixar-se. Então há necessidade de outra tentativa, e mais outra (Bauman, 2001, p.106).

Seu pensamento revela que, em uma sociedade líquida, uma perspectiva de se fixar uma identidade é tentadora, mas assustadora, pois isso pode significar uma derrota pessoal à medida que limita os grupos e comunidades às quais os indivíduos podem participar – e ninguém vai querer ficar de fora das *cloakroom communities*⁸ quando parece tão fácil despir-se do próprio casaco e, com isso, construir uma identidade nova, seja no mundo real ou no mundo virtual.

4. O *FAST-FOOD* ARTÍSTICO-CULTURAL DO MUNDO LÍQUIDO MODERNO

No mundo líquido moderno destacado por Bauman (2013), as formas sociais e culturais não se mantêm estáveis, adaptando-se continuamente a novas condições. A letra da música ilustra essa transitoriedade ao enfatizar como o sucesso é passageiro e como as celebridades e os produtos culturais são rapidamente substituídos. O trecho "Quinze minutos de fama / Mais um pros comerciais / Quinze minutos de fama / Depois descanse em paz" (Mello; Britto, 2001) destaca a brevidade daquilo que é sucesso na sociedade atual, alinhando-se com a ideia de Bauman de que na modernidade líquida, nada é feito para durar. A fama e o reconhecimento são efêmeros, rapidamente suplantados por novas tendências e celebridades.

A cultura plenamente abrangente de nossos dias exige que se adquira a aptidão para mudar de identidade (ou pelo menos sua manifestação pública) com tanta frequência, rapidez e eficiência quanto se muda de camisa ou de meias [...] cuja condição sine qua non de sobrevivência é o descarte rápido, e cada vez mais abundante, na lata do lixo, dos bens comprados e adquiridos; uma economia cuja coluna vertebral é a remoção do lixo (Bauman, 2013, p. 28).

⁸ Expressão utilizada por Bauman (2001, p.248) para se referir a uma “comunidade de guarda-roupas”, fazendo alusão a locais, como teatros e museus, onde as pessoas deixam seus casacos pendurados para os pegarem na saída. Neste sentido, são comunidades onde os ingressantes “penduram suas roupas” (crenças, opiniões, etc.) para poderem entrar, e as recuperam “na saída”, ou seja, eles se sentem compelidos a agir como os outros que estão ali, pela ilusória felicidade de dividir, com eles, aquele local.

A contracorrente seria uma emancipação cultural midiática, onde o consumo artístico se daria independente da “moda em voga”. Porém, a volatilidade da grande mídia na modernidade líquida se dá de forma sagaz, onde “ligar-se ligeiramente, contudo, é para eles uma ordem [...] situações e pessoas continuarão deslizando e desaparecendo a uma velocidade surpreendente - quer tentem ou não reduzi-la, não faz diferença. Deixá-las ir é um imperativo” (Bauman, 2021a, p. 12).

Se a emancipação, o objetivo supremo da crítica social, visa ao desenvolvimento de indivíduos autônomos, independentes, que julguem e decidam conscientemente por si mesmos, esta se opõe a resistência assustadora da indústria cultural; mas também à pressão daquela multidão cujos anseios essa indústria promete satisfazer – e, enganosamente ou não, satisfaz (Bauman, 2008 vida líq, p. 182).

Bauman (2021a) sugere que a emancipação, entendida como o desenvolvimento de indivíduos autônomos e conscientes, enfrenta uma resistência significativa da indústria cultural. Esta indústria, ao padronizar e comercializar a cultura, promove uma homogeneização dos desejos e das formas de pensar, anulando a capacidade crítica e a individualidade. Adorno e Horkheimer (1985) argumentam que esta indústria manipula os gostos e preferências do público para manter um *status quo* social e econômico. Eles acreditam que os produtos culturais, ao serem massificados e transformados em mercadorias, perdem sua função emancipatória e crítica, tornando-se instrumentos de dominação e controle social. Os autores explicam que a indústria cultural cria necessidades artificiais e promove uma falsa sensação de satisfação. Os indivíduos, em vez de buscarem uma verdadeira emancipação, são iludidos a encontrar prazer e realização nos produtos culturais padronizados e superficiais. Assim, a promessa de satisfação pela indústria cultural é ilusória e serve para perpetuar a passividade e a conformidade, ao invés da crítica e da autonomia.

5. DA VISIBILIDADE DAS PRATELEIRAS SOCIAIS À OBSCURIDADE DA VALA COMUM: o lixo na sociedade de consumo

O lixo, tema caro à teoria baumaniana, é representado nesta parte: "O gênio da última hora / É o idiota do ano seguinte / O último novo rico / É o mais novo pedinte". Aqui, a letra

sugere a rápida ascensão e queda das figuras públicas e produtos culturais, um reflexo direto da natureza consumista que Bauman (2013) descreve. O ciclo de inovação e descarte contínuo é uma característica fundamental da sociedade de consumo, onde o novo é constantemente substituído por algo ainda mais novo. E o antigo? Descartado; direto para a vala. Bauman (2021b) dispõe sobre o lixo enquanto resíduo em suas obras, argumentando que a sociedade de consumo gera uma quantidade imensa de lixo devido à cultura do descartável, onde produtos são fabricados para ter uma vida útil curta, incentivando a constante compra de novos itens. Isso leva a uma acumulação excessiva de resíduos, que são frequentemente exportados para países em desenvolvimento, externalizando o problema e perpetuando a desigualdade global. Mas aqui nos concentraremos no lixo humano e a descartabilidade social, que se dá amplamente nas relações humanas na sociedade líquido-moderna. O autor critica a mentalidade descartável da modernidade líquida, onde tudo, incluindo relações humanas e indivíduos, pode ser descartado quando não é mais útil ou conveniente. Tudo gira em torno do que está na moda e se o indivíduo é aceito dentro deste contexto social amplamente mutável. Essa descartabilidade afeta a maneira como as pessoas são tratadas e vistas na sociedade, promovendo a desumanização e a exclusão social. “Fosse um mero processo físico comum, a moda seria uma anomalia monstruosa, quebrando todas as leis da natureza. Mas a moda não é um fato físico, é um fenômeno social” (Bauman, 2013, p. 22).

A vida líquida é uma sucessão de reinícios, e precisamente por isso é que os finais rápidos e indolores, sem os quais reiniciar seria inimaginável, tendem a ser os momentos mais desafiadores e as dores de cabeça mais inquietantes. Entre as artes da vida líquido-moderna e as habilidades necessárias para praticá-las, livrar-se das coisas tem prioridade sobre adquiri-las (Bauman, 2021a, p. 8).

O autor reforça que, na sociedade de consumo, é preciso “acelerar o alcançar, caso se deseje provar das delícias do largar [...] É pelo alívio trazido por um largar suave e indolor que se julga, em última instância, a qualidade do alcançar” (Bauman, 2021a, p. 8). Bauman (2001) vê o lixo na sociedade de consumo como uma representação da falência ética e prática do sistema consumista, onde o valor das coisas e das pessoas é determinado por sua utilidade imediata, e tudo o que não se encaixa nessa lógica é descartado. Essa crítica profunda levanta

questões sobre sustentabilidade, justiça social e a necessidade de um reexame das prioridades e valores da sociedade contemporânea.

Ninguém pode razoavelmente supor que está garantido contra a nova rodada de “redução de tamanho”, “agilização” e “racionalização”, contra mudanças erráticas da demanda do mercado e pressões caprichosas mas irresistíveis de “competitividade”, “produtividade” e “eficácia”. “Flexibilidade” é a palavra do dia. Ela anuncia empregos sem segurança, compromissos ou direitos, que oferecem apenas contratos a prazo fixo ou renováveis, demissão sem aviso prévio e nenhum direito à compensação. Ninguém pode, portanto, sentir-se insubstituível (Bauman, 2001, p. 202).

A respeito da relação *empregador e empregado*, o descarte de pessoas é uma das marcas da modernidade líquida. É a cultura do consumo que se desenvolve com fluidez, a partir da qual o desempenho se sobrepõe às relações e, portanto, torna o trabalhador também um objeto a ser consumido pela sua praticidade funcional. De cada trabalhador “se espera um desempenho com o máximo de rapidez e vigor desde o primeiro dia de trabalho: não há tempo para ‘se estabelecer’, fincar ‘raízes’, integrar-se e desenvolver lealdade à companhia e solidariedade aos outros empregados” (Bauman, 2007, p. 88). O sociólogo pontua que o mercado de trabalho líquido-moderno quer a

revogação de leis ‘favoráveis demais’ à proteção do emprego e do salário, a eliminação de todas as ‘distorções’ que se colocam no caminho da autêntica competição e a quebra da resistência da mão-de-obra a desistir de seus ‘privilégios’ adquiridos – isto é, de tudo que se relaciona à estabilidade do emprego e à proteção do trabalho e sua remuneração (Bauman, 2021b, p. 120).

Ou seja, o mercado líquido-moderno de trabalho quer imputar hábitos diametralmente opostos aos do mercado de trabalho comum à modernidade sólida. Não há mais espaço para apego emocional corporativo nem para ambição de plano de carreira. A regra do jogo agora trata-se de desprendimento, autonomia para viagens de longa duração, distanciamento familiar e polivalência técnica. A identidade do trabalhador está cada vez mais vinculada à sua capacidade de desempenhar múltiplas funções e adaptar-se rapidamente às mudanças no mercado. Han (2015, p. 22-23) discorre que o trabalhador pós-moderno geralmente “é hiperativo e hiperneurótico. Deve-se procurar um outro tipo de resposta à questão que pergunta por que todas as atividades humanas na Pós-modernidade

decaem para o nível do trabalho; por que além disso acabam numa agitação tão nervosa”. O autor aponta que a exigência desta polivalência também contribui para a erosão das fronteiras entre vida profissional e pessoal. Os trabalhadores estão sempre disponíveis e prontos para se adaptar, o que pode levar ao esgotamento e à perda de sentido nas atividades diárias. A vida se torna um projeto contínuo de aperfeiçoamento e desempenho.

A crítica se dá ao neoliberalismo imposto na sociedade líquida, que transforma o trabalhador em uma empresa de si mesmo, onde a polivalência técnica é um reflexo da lógica de mercado que prioriza a flexibilidade e a eficiência acima do bem-estar humano. Essa abordagem pode levar à precarização das condições de trabalho e a uma existência marcada pela ansiedade e insegurança, sentimentos que derivam do medo de ser descartado, considerado inapto.

6. A IDENTIDADE MIDIÁTICA E AS REDES SOCIAIS: terra de ninguém ou ambiente ultra controlado?

Nesta subseção, discutiremos as mídias sociais, aqui representadas pelo trecho “Não importa contradição / O que importa é televisão / Dizem que não há nada que você não se acostume / Cala a boca e aumenta o volume, então” (Mello; Britto, 2001), que remonta a ideia de Debord (1997), na qual argumenta que na sociedade moderna a realidade social é cada vez mais dominada pelo espetáculo – uma coleção de imagens que mascara e distorce a realidade velada das relações capitalistas. O espetáculo é tanto uma consequência quanto uma causa da alienação, onde a vida genuína é substituída por uma representação superficial, e os indivíduos são transformados em meros espectadores passivos de suas próprias vidas. A cultura popular midiática - característica marcante da sociedade de consumo -, é quem dita as regras do que será tendência entre as massas, ou seja, é quem determina o que é moda e o que não é. Nesta sociedade, as aparências são mais importantes do que a realidade subjacente. A ênfase na televisão e na mídia como mediadores do valor cultural reflete essa observação, onde a realidade é moldada pela exposição e pelo consumo midiático.

No excerto da música em questão, onde a contradição de um ambiente virtualizado tornou-se um lugar frequentado em tempo integral, um “terceiro espaço cibernético do

mundo humano com o advento da rede mundial de informática” (Bauman, 2021b, p. 24) – já que a “ferramenta de embarque” está no bolso do indivíduo, por onde quer que vá, e já é um item tão ou mais importante do que as chaves de casa. O desejo líquido-moderno de estar na grande mídia (televisão) encontra potencialidade na palma da mão da pessoa, que pode “viralizar” seu conteúdo e tornar-se independentemente famosa. A liberdade de publicar o que quiser; divulgar seus gostos e atitudes, mesmo sendo, possivelmente, escravos da aceitação dos seus “seguidores”. Como aponta Bauman (2005, p. 33), “ligados no celular, desligamo-nos da vida. A proximidade física não se choca mais com a distância espiritual”.

Em aeroportos e outros espaços públicos, pessoas com telefones celulares equipados com fones de ouvido ficam para lá e para cá, falando sozinhas e em voz alta, como esquizofrênicos paranoicos, cegas ao ambiente ao seu redor. A introspecção é uma atitude em extinção (Hargreaves, 2003, p. 25).

Em outras palavras, o celular é uma ferramenta que aproxima quem está longe e afasta quem está perto. Devemos considerar: estes autores estão falando de um lugar aonde os celulares não detinham a potência que têm hoje. À época, ele ainda era utilizado meramente como utensílio de fazer ligações e mandar mensagens de texto. Nos dias atuais, as palavras deles encontram ainda mais eco com o avanço das redes sociais. A celeridade e ausência de empatia implica em uma grande dificuldade de enxergar o outro, fazendo com que os cidadãos da sociedade líquido-moderna deem os ombros para o mundo real, em favorecimento ao consumo virtual.

Preferimos investir nossas esperanças em “redes” em vez de parcerias, esperando que em uma rede sempre haja mais celulares disponíveis para enviar e receber mensagens de lealdade. Esperamos compensar a falta de qualidade com a quantidade (a probabilidade de ganhar na loteria é minúscula, mas quem sabe um conjunto de probabilidades miseráveis possa constituir uma chance mais decente?). Espalhe os riscos, cerque suas apostas – essa parece ser a maneira mais prudente de agir. Os rastros deixados e a busca por segurança parecem, contudo, um cemitério de esperanças destruídas e expectativas frustradas, e o caminho à frente está salpicado de relacionamentos frágeis e superficiais. O chão não está mais firme à medida que caminhamos; parece mais lodoso e inadequado para nos assentarmos sobre ele. Estimula os caminhantes a correr, e os corredores a aumentar a velocidade (Bauman, 2008, p. 68).

Neste cenário ultramidiático, onde é “criado um mundo onde a distinção entre o real e o imaginário se dissolve” (Baudrillard, 1991), surge um fenômeno contemporâneo que diz respeito a informações intencionalmente fabricadas ou distorcidas que são disseminadas para enganar ou manipular o público: tratam-se das *Fake News* (ou notícias falsas). Ultimamente, o termo se tornou proeminente devido à sua ampla disseminação através das redes sociais e outras plataformas digitais, podendo assumir várias formas, incluindo manchetes sensacionalistas, reportagens enganosas, imagens ou vídeos adulterados, e são frequentemente criadas para influenciar a opinião pública, promover agendas políticas, ou simplesmente gerar cliques e receita publicitária.

Com o advento das redes sociais e do poderio do “canhão” informativo nas mãos de todo aquele que delas participa, tornou-se muito difícil combater as chamadas *Fake News*, que outrora já aconteciam por meio da grande mídia, pois agora o indivíduo comum as prolifera com facilidade, onde o conteúdo pode ser compartilhado rapidamente e amplamente sem a devida verificação de fatos, já que, conforme denuncia Bauman (2021a, p. 156), “prevaler-se da ignorância e credulidade humanas promete retornos rápidos e seguros”. Baudrillard (1991) já discutia como a mídia de massa cria uma realidade hiper-real através da incessante produção de imagens e informações que não têm relação com a verdade, mas que são aceitas como tal. Ele analisava a influência da tecnologia e das representações midiáticas na construção de eventos políticos e sociais, sugerindo que tudo se torna um *espetáculo simulado*. Hoje, em concordância com o pensamento do autor, as *Fake News* podem distorcer processos eleitorais, alimentar divisões sociais e prejudicar a credibilidade das instituições jornalísticas, sendo que essa disseminação de desinformação tem implicações significativas para a democracia.

Bauman (2021a) concorda que essa dinâmica desenfreada é nociva, afirmando que esta sobrecarga de informações não necessariamente leva a um maior entendimento ou conhecimento. Pelo contrário, pode gerar confusão e dificuldade em distinguir entre o importante e o trivial. A constante necessidade de consumir novas informações reflete a lógica do consumismo, onde o valor é atribuído ao novo e ao transitório, em detrimento da profundidade e da reflexão crítica. Assim, a produção incessante de informações na sociedade de consumo reforça a volatilidade e a instabilidade da vida moderna, dificultando a formação de vínculos significativos e de um entendimento profundo do mundo. Em

contrapartida, Han (2018) explora o conceito de "fantasmas digitais", referindo-se à permanência e rastreabilidade das ações e informações digitais. Ele argumenta que a digitalização leva à criação de rastros permanentes que substituem a confiança pelo controle total. Logo, segundo o autor, é possível combater as *Fake News*, muito embora o esforço para isso se dê de forma demasiada.

Aqui, cabe a reflexão: na sociedade líquida, grande parte dos seus partícipes não compreenderam que, ao postar algo em uma rede social, estão tornando oficialmente públicas as suas declarações, e com isso devem responsabilizar-se pela repercussão causada por suas explanações. Fazendo alusão à modernidade sólida, quando as publicações oficiais de um indivíduo eram emitidas essencialmente por meio de imprensa tradicional, tal cidadão publicaria um texto de ódio em um jornal de grande circulação referindo-se a outrem? Discursaria sobre temas racistas, xenofóbicas, etc. em um canal de TV aberta? O autor reforça que a *web* ocasionalmente passa a sensação de que “é terra de ninguém”, mas que, pelo contrário, deixa rastros e provas contundentes sobre possíveis crimes.

Todo clique que eu faço é salvo. Todo passo que eu faço é rastreável. Deixamos rastros digitais em todo lugar. Nossa vida digital se forma de modo exato na rede. A possibilidade de um protocolamento total da vida substitui a confiança inteiramente pelo controle. No lugar do Big Brother, entra o Big Data. O protocolamento total e sem lacunas da vida é a consumação da sociedade de transparência (Han, 2018, p. 68).

7. MIXOFOBIA: Os guetos voluntários e a comunidade elitizada

Na estrofe "Um idiota em inglês / Se é idiota, é bem menos que nós / Um idiota em inglês / É bem melhor do que eu e vocês" (Mello; Britto, 2001) podemos visualizar a diferença e o preconceito étnico, onde o lugar de onde se vem torna o indivíduo melhor ou pior, mais talentoso ou mais privilegiado. Nesta música, a intenção do compositor é a de ironizar, criticar a mídia e a opinião pública, que acaba por preferir o tipo de arte que é produzido pelos *gringos*, em preterimento ao que é produzido no Brasil. Mas podemos inferir, também, o preconceito do artista brasileiro que parte do pressuposto que o estrangeiro um idiota privilegiado, demonstrando repulsa. Nos apoiaremos neste trecho para ilustrar o “medo do outro”, ou seja, do estrangeiro, do diferente. Segundo Bauman

(2005) esse medo é alimentado pela percepção de que o contato com o diverso pode trazer insegurança, desordem e conflito. Este “não acolhimento” ao diferente, tornando “estrangeiro não grato”, é um tema bastante complexo de contradições globais. Uma dessas mazelas é a chamada *mixofobia*, que diz respeito ao medo de misturar-se, o qual nasce de uma reação comum à diversidade e à variedade de tipos humanos e estilos de vida encontrados nas cidades contemporâneas.

Essa mixofobia não passa da difusa e muito previsível reação à impressionante e exasperadora variedade de tipos humanos e de estilos de vida que se podem encontrar nas ruas das cidades contemporâneas e mesmo na mais “comum” (ou seja, não protegida por espaços vedados) das zonas residenciais. Uma vez que a multiforme e plurilinguística cultura do ambiente urbano na era da globalização se impõe – e, ao que tudo indica, tende a aumentar –, as tensões derivadas da “estrangeiridade” incômoda e desorientadora desse cenário acabarão, provavelmente, por favorecer as tendências segregacionistas (Bauman, 2005, p. 27).

A relação entre riqueza e alienação é um tema caro para a sociologia baumaniana, a qual reflete sobre como os sistemas de privilégio econômico moldam não apenas as condições materiais, mas também as experiências subjetivas e as relações sociais. Basta observarmos a crescente procura da classe emergente por imóveis situados em condomínios fechados, onde pode-se controlar quem entra e quem sai do perímetro da moradia e se estabelecer as regras e valores prezados na comunidade, em uma tentativa de padronizar “que tipo de pessoa será eleita” para conviver entre os pares, etc.

Os que podem, vivem em “condomínios”, planejados como se fosse uma ermida: fisicamente dentro, mas social e espiritualmente fora da cidade. “Supõe-se que as comunidades fechadas sejam mundos distintos. Nas propagandas que os anunciam propõe-se um ‘modo de vida completo’ que representaria uma alternativa à qualidade de vida oferecida pela cidade e seu espaço público deteriorado”. Um traço muito importante do condomínio é seu “isolamento e distância da cidade... Isolamento significa separação daqueles considerados socialmente inferiores” e, como insistem os construtores e seus agentes imobiliários, “o fator-chave para garanti-lo é a segurança. Isso significa cercas e muros rodeando o condomínio, guardas trabalhando 24 horas por dia no controle das entradas e um conjunto de instalações e serviços” “destinados a manter os outros do lado de fora (Bauman, 2021c, p. 132-133).

Aqui, o autor problematiza o isolamento dos abastados, que partem para um *autoexílio social* (Velasco, 2023), optando por permanecer atrás de barreiras urbanas que alienam e romantizam uma realidade nada agradável. Assim, é bastante improvável que se deparem com um desabrigado pedindo comida na porta de casa, por exemplo.

As cercas têm necessariamente dois lados [...] “dentro” e “fora”; mas o que é “dentro” para os que estão de um lado é “fora” para os que estão do outro. Os moradores dos condomínios cercam-se para ficar de “fora” da excludente, desconfortável, vagamente ameaçadora e dura vida da cidade – e “dentro” do oásis de calma e segurança (Bauman, 2021c, p. 133)

Acontece que, por outro lado, os privilegiados excluem todos os demais dos lugares decentes e seguros cujas normas estão prontas para preservar e proteger ferozmente, confinando-os às mesmas ruas imundas e degradadas das quais buscam, a qualquer preço, isolar-se: “a cerca separa o ‘gueto voluntário’ dos ricos e poderosos dos muitos guetos forçados que os despossuídos habitam. Para estes, a área a que estão confinados (por serem excluídos de todas as outras) é o espaço do qual não tem permissão para sair” (Bauman, 2021c, p. 133). Os “eleitos” destes “guetos voluntários”

se munem contra todos os perigos visíveis e invisíveis, presentes ou previstos, conhecidos ou ainda desconhecidos, difusos, mas ubíquos, trancando-se por trás de muros, equipando os acessos aos blocos residenciais com câmeras de TV, contratando seguranças armados [...] o problema é que essas atividades reafirmam e ajudam a produzir o senso de desordem que nossas ações aceleram (Bauman, 2005, p. 91)

Cada vez mais as pessoas procuram isolar-se nestes “ambientes controlados”, vivendo em locais que não necessitam das pouco atraentes – porém necessárias – cercas elétricas, alocadas acima de grades altas, trancadas a sete chaves, em resposta ao fato de que “sucessivos rumores sobre criminosos de aparência estrangeira e comportamento agressivo [...] faz[em] o mundo parecer mais traiçoeiro e assustador e provoca[m] mais ações defensivas (Bauman, 2005, p. 91). Bauman (2005, p. 91) afirma que “nossos medos se tornaram auto-perpetuadores e autoreforçadores. Também adquiriram um impulso próprio”. Este é um ponto razoável a ser considerado, uma vez que a insegurança ronda as grandes cidades e a segurança da família costuma ser uma das grandes preocupações dos cidadãos, que acabam por sucumbirem em um *autoexílio social* (Velasco, 2023).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em suma, a análise de Zygmunt Bauman sobre a modernidade líquida revela profundas transformações na lógica do mercado e no comportamento dos consumidores. A transição de uma sociedade de produtores para uma sociedade de consumidores enfatiza a volatilidade e a efemeridade como características centrais da contemporaneidade. Na sociedade de consumo, somos todos consumidores e, portanto, devemos confrontar a tarefa de navegar em um ambiente onde a obsolescência planejada e a renovação constante não são apenas estratégias, mas características intrínsecas da economia atual. A lógica do mercado, orientada pelo consumismo incessante e pela busca de novas experiências, redefine o valor e o papel do consumidor, cujas decisões de compra são marcadas pela transitoriedade e pela superficialidade dos laços sociais. À medida que a sociedade se adapta a essas novas condições, será cada vez mais essencial para as organizações desenvolverem práticas que não apenas acompanhem, mas também moldem a lógica do consumo. Somente assim será possível atender às necessidades de um consumidor líquido, ao mesmo tempo que se cria um espaço para reflexões sobre sustentabilidade e durabilidade em um mundo onde o imediato prevalece sobre o permanente.

A crítica de Zygmunt Bauman à modernidade líquida apresenta-se de forma pertinente e eficaz ao analisar os fenômenos da sociedade de consumo, apontando suas características efêmeras e voláteis, principalmente no que tange a individualização e mercantilização das relações sociais.

Na sociedade de consumidores, as identidades e posições sociais são moldadas pelo consumo e pela capacidade de adquirir bens e experiências, promovendo uma busca constante por novidade e obsolescência planejada. A lógica do mercado e do consumo permeia todas as esferas da vida, resultando em laços sociais superficiais e na valorização do prazer instantâneo. O *modus operandis* da vida líquida também se aplica à maneira como a cultura e a arte são consumidas na sociedade moderna. Assim como outros produtos culturais, a música é sujeita à lógica do mercado de consumo, caracterizada pela rápida obsolescência e constante necessidade de novidade. A superficialidade artística e a transitoriedade do sucesso já fora originalmente criticada pela música que trouxemos para nortear a discussão baumaniana - *A Melhor Banda de Todos os Tempos da Última Semana*,

dos *Titãs*. Trouxemos luz à composição, destrinchando os seus versos para guiar nosso caminho pelo amplo percurso teórico de Bauman e suas nuances da crítica líquido-moderna. Estudar sob a ótica baumaniana o fenômeno produzido e reproduzido na sociedade líquido-moderna torna-se pertinente para compreender como as identidades e os valores são moldados por um mercado de consumo que perpetua o desejo incessante e a insatisfação crônica. A crítica de Bauman ressalta a necessidade de repensar as prioridades e valores da sociedade, promovendo um exame mais profundo e sustentável das relações humanas e das estruturas sociais.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. **INDÚSTRIA CULTURAL E SOCIEDADE**. São Paulo. Paz e Terra, 2002.

_____; HORKHEIMER, Max. **DIALÉTICA DO ESCLARECIMENTO: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

BAUDRILLARD, Jean. **SIMULACRO E SIMULAÇÃO**. Lisboa. Relógio d'Água, 1991.

BAUMAN, Zygmunt. **A CULTURA NO MUNDO LÍQUIDO MODERNO**. Rio de Janeiro. Zahar, 2013.

_____. **AMOR LÍQUIDO: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Zahar, 2021c.

_____. **GLOBALIZAÇÃO: as consequências humanas; tradução de Marcus Penchel**. – 1ª ed. - Rio de Janeiro: Zahar, 2021b.

_____. **IDENTIDADE: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro. Zahar, 2005.

_____. **MEDO LÍQUIDO**. Rio de Janeiro. Zahar, 2008.

_____. **MODERNIDADE LÍQUIDA**. Rio de Janeiro. Zahar, 2001.

_____. **RETROTOPIA**. Rio de Janeiro. Zahar, 2017.

_____. **VIDA LÍQUIDA**. Rio de Janeiro. Zahar, 2021a.

_____. **VIDA PARA CONSUMO**. Rio de Janeiro. Zahar, 2007.

DE MASI, Domenico. **O ÓCIO CRIATIVO**. Rio de Janeiro. Sextante. 2000.

DEBORD, Guy. **A SOCIEDADE DO ESPETÁCULO**. Rio de Janeiro. Contraponto, 1997.

FOUCAULT, Michel. **VIGIAR E PUNIR: história da violência nas prisões**. Petrópolis. Editora Vozes, 1987.

HAN, Byung-Chul. **NO ENXAME : perspectivas do digital**. Petrópolis, RJ. Vozes, 2018.

_____. **SOCIEDADE DO CANSAÇO**. Petrópolis, RJ. Vozes, 2015.

HARGREAVES, Andy. **TEACHING THE KNOWLEDGE SOCIETY: Education in the Age of Insecurity**. Open University Press, 2003.

MELLO, Branco; BRITTO, Sérgio. **A MELHOR BANDA DE TODOS OS TEMPOS DA ÚLTIMA SEMANA**. Intérprete: Branco Mello. In: TITÃS. A melhor banda de todos os tempos da última semana. [S.l.]: Abril Music, 2001. 1 CD. Faixa 2.

RUSSELL, Bertrand. **O ELOGIO AO ÓCIO**. Rio de Janeiro: Sextante. 2002.

VELASCO, Rafael. **DYLAN DOG E A MÁQUINA HUMANA: uma HQ como átrio para a Modernidade Líquida de Zygmunt Bauman**. 2023. 44 f. Trabalho de Conclusão de Curso Superior de Formação Pedagógica para Graduados Não Licenciados - habilitação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda) – Instituto Federal Sul-rio-grandense, Pelotas, 2023.