


ZYGMUNT BAUMAN E MARSHALL BERMAN: VIESES DA ANTROPOLOGIA CULTURAL NA MODERNIDADE E CONSUMISMO

ZYGMUNT BAUMAN AND MARSHALL BERMAN: BIASES OF CULTURAL ANTHROPOLOGY IN MODERNITY AND CONSUMERISM

ZYGMUNT BAUMAN Y MARSHALL BERMAN: SESGOS DE LA ANTROPOLOGÍA CULTURAL EN LA MODERNIDAD Y EL CONSUMISMO

 <https://doi.org/10.56238/arev8n5-048>

Data de submissão: 14/04/2026

Data de publicação: 14/05/2026

Rosalina Alves Nantes

Doutorado em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente

Instituição: Universidade Federal de Rondônia

E-mail: rnantes@unir.br

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8347-7856>

Lattes: <https://lattes.cnpq.br/9798065739676651>

Rosemeire Ferrarezi Valiante

Doutoranda em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente

Instituição: Universidade Federal de Rondônia (UNIR)

E-mail: rosevaliante@unir.br

Orcid: <https://orcid.org/0009-0001-7911-1592>

Lattes: <https://lattes.cnpq.br/8931538056779528>

Giuliana Ferrarezi Valiante

Graduação em Comunicação Social Jornalismo

Instituição: Faculdade de Comunicação Social de Hortolândia

E-mail: Giulianaferrarezi@gmail.com

Lattes: <https://lattes.cnpq.br/7489150604658205>

RESUMO

O presente artigo analisa as contribuições teóricas de Zygmunt Bauman e Marshall Berman para a compreensão da modernidade e do consumismo. Parte-se da discussão da modernidade enquanto condição histórica e experiência social marcada por transformações estruturais nas formas de organização econômica, política e cultural. A partir de uma abordagem qualitativa, baseada em revisão bibliográfica de caráter integrativo, discute-se a centralidade do consumo na organização das relações sociais contemporâneas e a transformação do indivíduo em mercadoria. Conclui-se que, na modernidade, o consumo ultrapassa a satisfação de necessidades e passa a estruturar identidades e vínculos sociais, produzindo formas de subjetividade marcadas pela volatilidade e pela lógica mercantil.

Palavras-chave: Modernidade. Consumismo. Antropologia Cultural. Bauman. Berman.

ABSTRACT

This article analyzes the theoretical contributions of Zygmunt Bauman and Marshall Berman to the understanding of modernity and consumerism. It begins with a discussion of modernity as a historical

condition and social experience marked by structural transformations in forms of economic, political, and cultural organization. Using a qualitative approach, based on an integrative literature review, it discusses the centrality of consumption in the organization of contemporary social relations and the transformation of the individual into a commodity. It concludes that, in modernity, consumption goes beyond the satisfaction of needs and begins to structure identities and social bonds, producing forms of subjectivity marked by volatility and market logic.

Keywords: Modernity. Consumerism. Cultural Anthropology. Bauman. Berman.

RESUMEN

Este artículo analiza las contribuciones teóricas de Zygmunt Bauman y Marshall Berman a la comprensión de la modernidad y el consumismo. Comienza con una discusión sobre la modernidad como condición histórica y experiencia social marcada por transformaciones estructurales en las formas de organización económica, política y cultural. Mediante un enfoque cualitativo, basado en una revisión integradora de la literatura, se analiza la centralidad del consumo en la organización de las relaciones sociales contemporáneas y la transformación del individuo en mercancía. Se concluye que, en la modernidad, el consumo trasciende la mera satisfacción de necesidades y comienza a estructurar identidades y vínculos sociales, produciendo formas de subjetividad marcadas por la volatilidad y la lógica del mercado.

Palabras clave: Modernidad. Consumismo. Antropología Cultural. Bauman. Berman.

1 INTRODUÇÃO

A modernidade não pode ser compreendida apenas como um período histórico, mas como uma condição social caracterizada por profundas transformações nas formas de organização da vida social. Trata-se de um processo marcado pela racionalização, pela individualização e pela reorganização das relações econômicas e culturais, especialmente a partir da consolidação do capitalismo.

Autores como Zygmunt Bauman (2001, 2008) e Marshall Berman (2007) oferecem importantes contribuições para a compreensão desse fenômeno. Para Bauman, a modernidade contemporânea assume uma forma “líquida”, caracterizada pela instabilidade das instituições e pela fragilidade dos vínculos sociais. Já Berman compreende a modernidade como uma experiência contraditória, na qual “tudo que é sólido desmancha no ar”, indicando um processo contínuo de transformação.

Nesse contexto, o consumo assume um papel central na organização da vida social, deixando de ser apenas um meio de satisfação de necessidades para tornar-se elemento estruturante das identidades e das relações sociais. Diante disso, o problema que orienta este estudo é: *como o sujeito contemporâneo se constitui em uma sociedade marcada pela fluidez das relações e pela centralidade do consumo?*

As questões que se tornam a cada dia mais inquietantes, são:

1. Como perceber o sujeito contemporâneo coexistindo em uma sociedade regida por novos modos de se relacionar, se conectar e consumir o que é exposto no mercado através da modernidade?
2. De que modo o conceito de modernidade líquida alcançou as mudanças e transformações vividas pelo mundo ocidental no âmbito das relações dos homens entre si, dos homens com o avanço das tecnologias sobre os domínios da vida, com as mudanças ocorridas no plano da moral, dos costumes, dos hábitos, das práticas afetivas, dos usos e desusos com o mundo contemporâneo?
3. As pessoas não percebem que a relação que tem se estabelecido entre elas e o consumo exacerbado de mercadorias (in)úteis as estão transformando em ‘pessoas-mercadorias’ expostas à sociedade moderna?

Os objetivos compreendem a identificação de diferentes contribuições teóricas em relação à discussão sobre o consumo de acordo com Bauman e Berman, buscando-se a análise dos aspectos que envolvem o consumismo e os impactos no desenvolvimento da perspectiva dos consumidores

com a finalidade de articular meios de percepções que contribuam com o desenvolvimento de pesquisas futuras sobre consumo.

O artigo está estruturado seguindo-se os padrões da ABNT: introdução; aspectos metodológicos; revisão teórica; conceituação bibliográfica, onde se demonstra a relação entre os conceitos dos sociólogos Bauman e Berman sobre modernidade líquida, consumo, solidez e fluidez, mercadoria e produto; análise e discussão dos resultados das buscas dos termos e suas filtragens encerrando-se com as considerações finais, as quais contém algumas reflexões acerca das pesquisas feitas.

2 METODOLOGIA

O presente estudo adota uma abordagem qualitativa, baseada em revisão bibliográfica de caráter integrativo. Esse tipo de revisão consiste na análise e síntese de produções teóricas relevantes, permitindo a construção de um quadro interpretativo abrangente sobre o tema.

Foram selecionadas obras de Zygmunt Bauman e Marshall Berman, bem como autores que discutem modernidade, consumo e cultura. A análise do material foi realizada por meio da interpretação dos conceitos centrais e da identificação de convergências e divergências entre os autores.

3 REVISITANDO A LITERATURA

Precisamos entender primeiro, como é possível determinar a passagem de um período de tempo para outro. Em registro histórico são apresentados dois grandes eventos que se iniciaram com a Revolução Francesa que foi o apogeu da superação do pensamento e das organizações sociais tradicionais que marcaram o período medieval. O rompimento com o pensamento escolástico, método de pensamento crítico ainda ligado aos preceitos da Igreja Católica, e o estabelecimento da razão como forma autônoma de construção de conhecimento, desligado de preceitos teológicos, foram alguns dos primeiros passos em direção à construção do pensamento moderno.

O desenrolar da Revolução Francesa teve como base a construção ideológica do Iluminismo. O pensamento iluminista e os pensadores empiristas, que acreditavam que o conhecimento verdadeiro estava na experiência a partir dos sentidos, estabeleceram a razão e a ciência como a forma verdadeira de se conhecer o mundo. A monarquia francesa e seu poder assegurado pela provisão divina foram derrubados diante do fortalecimento dos ideais igualitários e do racionalismo.

René Descartes destacou-se com suas obras vistas como fonte de inspiração e base de construção da filosofia moderna. Em sua principal obra, Discurso do método, Descartes apresenta o

‘método cartesiano’, que estabelecia o caminho a ser tomado para a construção do conhecimento científico: a evidência, a análise, a síntese e a enumeração.

A sociedade europeia passava por uma série de mudanças motivadas por grandes conflitos bélicos e ideológicos. As guerras napoleônicas estimularam a corrida armamentista, o que elevou a exigência por uma produção de bens materiais em maior escala. Os processos de contenção, em que as terras de uso de um grupo de indivíduos, em um mesmo local que se organiza coletivamente, passaram a ser privatizadas, sendo os camponeses direcionados aos grandes centros urbanos. A ligação direta com a terra e o trabalho rural, pelo qual o camponês produzia seu sustento, foi cortada. As populações agrárias acumularam-se nas cidades e passaram a ter de vender sua força de trabalho nas grandes fábricas que se erguiam.

O segundo evento, a Revolução Industrial, que possibilitou o êxodo rural, principalmente, na Inglaterra, serviu como ‘laboratório’ para Marx, ao escrever “O Capital”, considerada como sua obra principal. Esta passou por várias etapas, como a de 1760 até 1860, que se restringiu à Inglaterra, com ênfase no desenvolvimento das fábricas sob as indústrias de tecidos e algodão, dinamizadas pelos avanços tecnológicos (MARX, p. 397-401, 1991).

O avanço dos meios técnicos, como o tear mecânico e a invenção de 1769 da máquina a vapor por James Watt (1736-1819), foi empurrando para a miséria os trabalhadores familiares, ou melhor, os artesãos, que se viram sem condições de competir com o grande capital que vinha varrendo toda a Europa. Os artesãos foram sumindo, dando lugar aos operários das zonas rurais, que não tinham nenhuma qualificação e viviam de forma humilhante e miserável nas cidades.

Dessa feita, a estrutura social da época se modificara. As relações entre indivíduos tornaram-se diferentes na medida em que sua realidade tornava-se distinta. Costumes que antes se justificavam em um mundo agrário e rural foram esquecidos ou se modificaram no meio urbano. Conflitos surgiram diante dessa nova representação de relações trabalhistas, que influenciados pelo capitalismo emergente, foi o ponto principal da nova organização do mundo. Em *O enigma do capital e as crises do capitalismo*, o autor discute como o capitalismo reorganiza o mundo, gera conflitos sociais e redefine relações de trabalho. (HARVEY, p. 53, 2005).

Nesse cenário a contribuição de Karl Marx surge para o pensamento sociológico com a presença do pensamento materialista histórico enquanto ciência e materialismo dialético, enquanto filosófico (WILLIAMS, 2011).

Construiu-se, dessa forma, a modernidade em meio aos conflitos ideológicos da razão objetiva instrumental, utilizada como ferramenta de abordagem de questões do pensamento humano e de sua realidade. Assim, o pensamento tradicional, ligado ao pensamento teológico e religioso, foi

progressivamente abandonado. Explicações e questionamentos baseados na utilização da razão instrumental quebraram noções preconcebidas e ancoradas no núcleo religioso.

A desordem inicial que o mundo moderno encontrou com o abandono dos princípios religiosos que sustentavam costumes e organizações sociais foi a força motriz para o que Zygmunt Bauman defendeu ser uma das principais características da modernidade: a busca pela ordem. Essa busca já havia sido anunciada por Thomas Hobbes, ainda no século XVII, com a descrição do poder que um Estado soberano deveria ter como controlador de seus súditos e ‘responsável pelo reforço da ordem, especificando aquilo que era aceitável ou o que era repulsivo’.

A era moderna, diante dos conflitos cada vez mais globais, foi marcada pela segregação de classes, indivíduos e, principalmente, de nações. Bauman explica que classificar consiste nos atos de incluir e excluir. Cada ato nomeador divide o mundo em dois: entidades que respondem ao nome e todo o resto que não. Certas entidades podem ser incluídas numa classe — tornar-se uma classe — apenas na medida em que outras entidades são excluídas, deixadas de fora. (1999, p. 35).

Os Estados modernos foram formados a partir dessa lógica de exclusão e inclusão. A busca pela ordem, determinando o que nos é comum e o que não é, tomou forma na segregação estamental de territórios dos países que temos hoje espalhados pelo mundo e espalhou-se por todos os redutos das sociedades modernas. Os conflitos entre ideias socialmente aceitas e, tudo o que é diferente, foram a marca das sociedades modernas.

Bauman (1999, p. 54) se refere ao princípio da determinação de uma ordem, assim nominada por ele. Ao excluirmos o que não faz parte de uma organização, estabelecemos simultaneamente o que faz parte dela. O estabelecimento da ordem foi seguido pela busca pelo progresso, outra característica marcante da era moderna. Nesse sentido, as guerras foram responsáveis pelo avanço tecnológico vertiginoso do último século. A corrida armamentista dos países envolvidos levou ao desenvolvimento de novas tecnologias que mudaram novamente a nossa percepção de mundo.

4 ZYGMUNT BAUMAN: VIDA PARA CONSUMO: A TRANSFORMAÇÃO DAS PESSOAS EM MERCADORIA

Zygmunt Bauman (1927-2017) nasceu em Poznan, Polônia, no dia 19 de novembro de 1925. Filho de judeus, em 1939, juntamente com sua família escapou da invasão das tropas nazista na Polônia e se refugiou na União Soviética. Alistou-se no exército polonês no front soviético. Em 1940 ingressou o Partido Operário Unificado – o partido comunista da Polônia. Em 1945 entrou para o Serviço de Inteligência Militar, onde permaneceu durante três anos.

Sociólogo, pensador, professor e escritor polonês, destacou-se como uma das vozes mais críticas da sociedade contemporânea. Criou a expressão “Modernidade Líquida” para classificar a fluidez do mundo onde os indivíduos não possuem mais padrão de referência. É hoje um dos sociólogos mais influentes do início do século.

A vida líquida é uma vida precária vivida em condições de incerteza constante. Bauman escreve em seu livro “Vida líquida” (2007, p. 8), o que considera como sendo a vida líquida, “A vida líquida é uma sucessão de reinícios e, precisamente por isso é que os finais rápidos e indolores (...) tendem a serem os momentos mais desafiadores e as dores de cabeça mais inquietantes”. Com essas palavras, o autor descreve a vida em nossa época, instigando-nos a uma reflexão que nos ajuda a pensar os problemas contemporâneos, especificamente, o seu conceito de modernidade líquida.

Para Bauman, a principal característica da modernidade é de ‘derreter sólidos’ que ela recebe, bem como, as relações sociais sólidas que eram trazidas da sociedade tradicional e que foram dissolvidas. Toda modernidade se especializa em ‘derreter’ os sólidos, as estruturas recebidas, as formas de vida recebidas e refazê-las em um molde diferente.

Boschetti, Granemann, Kilduff e Mendes da Silva organizaram o livro “Os direitos não cabem no Estado – Trabalho e política social no capitalismo” publicado em 2023. Nele, as autoras, ao interpretarem as ideias de derretimento dos sólidos de Bauman, e ao relacionar o contexto atual postulam que derreter sólidos está intimamente relacionado com a possibilidade de operar livremente com a racionalidade, ou seja, libertar-se dos grilhões de sociedade clássica alicerçada nas tradições, crenças e instituições que determinassem padrões rígidos de conduta e pensamento. Assim, a modernidade significa o fim da crença, em uma ordem revelada e mantida por Deus, sendo que a evolução humana encontra-se no mundo por conta própria e sem amarras. Contribuiu para pensarmos no oposto da modernidade líquida, o pensamento de Jean Paul Sartre, que postulou com ênfase a questão da liberdade humana e da importância de construirmos um projeto de vida.

No livro “Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias” de 2008, Bauman aprofunda as suas reflexões sobre a modernidade líquida a um patamar que poucos estão se dando conta e, que, ao lê-lo podem começar a preocupar-se com o fato de estarmos nos tornando mercadorias em exposição, como se vivêssemos em um *shopping center*. Nesse livro, o autor coloca como contribuição para com a sociedade promover uma reflexão a respeito do consumo e do consumismo que acaba transformando as pessoas em mercadorias sem que as mesmas a percebam.

Essas palavras indicam que na sociedade de consumidores há uma tendência de transformação das pessoas em mercadorias. Neste livro, o autor descreve como a nossa sociedade, composta por consumidores, apresenta as suas relações sociais baseadas no consumo. Segundo Appadurai (2008,

p. 18), “embora de um ponto de vista teórico atores humanos codifiquem as coisas por meio de significações, de um ponto metodológico, são as coisas em movimento que elucidam seu contexto humano e social”. Nenhuma análise social das coisas é capaz de evitar, por completo, o que se pode chamar de fetichismo metodológico.

O autor faz uma crítica à concepção marxista da mercadoria, sugerindo que mercadorias são coisas com um tipo particular de potencial social, que se distinguem de “objetos, bens, artefatos e outros – mas apenas em alguns aspectos e de um determinado ponto de vista” (APPADURAI, 2008, p. 23).

Quando Bauman se refere a uma análise da estrutura da nossa sociedade, ele se refere no sentido de que a sociedade moderna se tornou uma sociedade de consumidores. Para o autor, uma sociedade de consumidores significa dizer que o consumismo é um tipo de arranjo social, ou seja, não é apenas uma característica individual, mas é um arranjo que transforma as vontades, desejos e anseios das pessoas na principal força propulsora e operativa das sociedades.

No livro “Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria”, publicado em 2008, o autor argumenta que o consumo organiza as relações sociais, que possui um papel fundamental não só na formação das identidades das pessoas, mas, também, na relação entre elas. Mais do que isso, o consumo muda a relação de como as pessoas veem a si mesmas e de como elas projetam a sua imagem para os outros. Vale até dizer que a intensidade da lógica do consumo em nossa sociedade transforma a relação entre as pessoas que tendem a ficar menos estáveis, ou como Bauman diz, “fica mais rica”.

Nesse contexto surge a questão - mas a humanidade não teve que consumir desde sempre? Afinal, para não morrer de fome é preciso consumir alimentos; para não morrer de frio é preciso consumir roupas, para fugir dos predadores e para se proteger da chuva ou do sol é preciso construir um abrigo, por exemplo. Se nos basearmos nesses aspectos, o consumo não é nada de novo, pois sempre existiu, o que não faria sentido falar em sociedade de consumidores. Vamos compreender essas questões de forma mais clara.

Bauman (2008, p. 37) reconhece que de maneira bem genérica é possível afirmar que o consumo perpassa pela história da humanidade. Dessa forma, escreve que “[...] o consumo é uma condição e um aspecto permanente e removível sem limites temporais ou históricos, um elemento inseparável da sobrevivência biológica que nós humanos compartilhamos com todos os outros organismos”.

Sendo assim, podemos dizer que o consumo sempre existiu, mas o novo está na centralidade do consumo na estrutura da sociedade. Agora o consumo não é apenas uma questão de sobrevivência

física como era antes, mas é parte do que reestrutura e organiza a vida social das pessoas. O objetivo crucial, talvez decisivo, do consumo na sociedade de consumidores não é a satisfação de necessidades, desejos e vontades, mas comodificação ou recomodificação do consumidor em elevar a condição dos consumidores à de mercadorias vendáveis (BAUMAN, 2008, p. 76).

Podemos compreender, então, que na sociedade de consumidores o ato de consumir não tem como objetivo somente garantir a sobrevivência, ou a satisfação dos desejos do consumidor. O novo aspecto é que o consumo influencia a outros aspectos da vida e isso se faz em termos de uma comodificação do consumidor. De um modo mais direto e bem resumido, comodificar significa transformar em mercadoria, então, o argumento do Bauman é que o consumo transforma o consumidor em mercadoria.

Essa é uma das principais teses de Bauman e que traz inúmeras consequências para a formação da identidade de cada um e para o convívio social. Para compreendermos melhor, precisamos entender o que é considerada uma mercadoria. Falar em mercadoria é voltar ao início do capitalismo, que podemos simplificar dizendo que é um sistema econômico que organiza a vida social e uma sociedade.

Uma mercadoria é um produto que tem como finalidade o mercado, ou seja, um produto feito para ser vendido. Isso quer dizer que quando o produto é fabricado ele não é pensado para suprir as necessidades de outra pessoa, mas a sua finalidade é a troca no mercado. Vamos exemplificar, quando alguém faz uma coberta para você, essa coberta é um produto, mas não é uma mercadoria, porque ela está destinada unicamente a você. Quando uma fábrica produz várias cobertas, ela não está preocupada com o frio, mas a finalidade dessas cobertas é atender uma demanda de mercado - elas são produzidas para serem vendidas.

Quando o capitalismo começou a se expandir durante os séculos a organização das sociedades europeias mudaram profundamente e passaram a entender uma nova maneira de organizar, socialmente, o trabalho. Diferentemente das sociedades tradicionais, o trabalho no capitalismo não é mais empregado por meio da coerção física, ou seja, o fundamento do trabalho no capitalista não é mais na base da violência do chicote (embora isso ainda aconteça). Parafraseando Heilbroner, no capitalismo o trabalho passa a ser empregado através de um salário, o trabalhador participa do mercado vendendo a única coisa que ele tem, isto é, a sua força de trabalho (HEILBRONER, 1987).

Entretanto, a força de trabalho é uma mercadoria muito especial, e Bauman (2008, p. 37) observa que a força de trabalho não é uma mercadoria como são os outros produtos, pois a capacidade de trabalho não pode ser comprada e nem vendida em separado dos seus portadores de maneira distinta de outras mercadorias, pois os compradores não podem levar a compra para casa. O que eles

compraram não se torna sua propriedade exclusiva e incondicional. Dizer que a força de trabalho não pode ser separada dos seus portadores significa dizer que a mercadoria força de trabalho é inseparável da personalidade, das expectativas e dos sonhos das pessoas.

Agora que já é possível distinguir produto de mercadoria e seu mecanismo dentro da sociedade capitalista, vamos entender melhor como uma pessoa pode se transformar em mercadoria para participar do mercado em uma melhor posição – com mais destaque.

Esse movimento estimula as pessoas a entrar na competição e agregar valor à sua mercadoria e, quando valorizadas, podem vender-se por um preço mais caro, podem ter um salário melhor, como valorizar a sua força de trabalho com cursos, faculdades, diplomas, aprendendo várias línguas e todas essas comprovações que se coloca nos currículos. Essas são algumas formas de tornar a sua força de trabalho mais atraente para os seus clientes, no caso os empregadores.

Apresentar um bom currículo, com uma lista de especificações da ‘nossa mercadoria’, apresenta a força de trabalho como uma peça publicitária de si mesmo. Um catálogo que diz tudo o que temos de bom, assim como, o anúncio de um modelo novo de celular, que mostra as vantagens que o consumidor vai ter com o produto. Um currículo mostra como as capacidades das pessoas podem contribuir para aquela empresa, é uma propaganda de si mesmo para os empregadores sobre a venda de si mesmo. Bauman assevera que as pessoas são aliciadas, estimuladas, forçadas a promover uma mercadoria atraente e desejável. Para tanto, fazem o máximo possível e usam os melhores recursos que têm à disposição para aumentar o valor de mercado dos produtos que estão vendendo, e os produtos que são encorajados a colocar no mercado, promover e vender.

Mas, o alerta que Bauman nos deixa, é que não é apenas no mundo do trabalho que as pessoas se portam como mercadorias. Numa sociedade de consumidores a lógica da mercadoria de valorizar algo que serve para ser vendido se expande para outros aspectos. Na vida, as pessoas passam a desenvolver as habilidades dos seus gostos, o seu estilo de vida, o estilo de se vestir, de se portar em público, pensando como uma mercadoria que você precisa vender. O autor quer dizer que na sociedade as pessoas só conseguem desenvolver sua identidade consumindo e sendo consumidos. É preciso assimilar a lógica do consumo para desenvolver a sua identidade e a sua personalidade, seu *ethos* identitário.

A esse respeito, Bauman escreve que ao explorarem o mercado à procura de bens de consumo, os membros da sociedade de consumidores, são atraídos para as lojas pela perspectiva de encontrar ferramentas e matéria prima que podem e devem usar para se fazerem aptos a serem consumidos e, assim, valiosos para o mercado (BAUMAN, 2001, p. 82).

Precisamos nos cuidar para não interpretarmos essas palavras da forma errônea. Bauman não quer dizer que consumir serve para aumentar o valor da sua própria mercadoria, mas se refere à ostentação. O consumo de certo produto pode agregar a você o valor que é dado à própria mercadoria. Uma pessoa passa a imagem de ‘descolada’, se usar produtos destinados aos descolados; pode parecer roqueira se usar os produtos certos; pode ser *nerd*; pode ser criativa; pode ser um(a) trabalhador(a) bem sucedido(a); tudo irá depender do consumir os produtos certos para fazer a propaganda certa de si mesmo e ser consumido como uma mercadoria.

Se prestarmos a atenção em como as propagandas das mercadorias são feitas, eles não fazem publicidade apenas dos produtos, mas dos estilos de vida ligados a eles. Como exemplos, não são apenas os anúncios de joias e relógios nas revistas que sempre têm aquelas pessoas sóbrias, bem sucedidas. Têm, também, aqueles comerciais de cerveja e refrigerante que vendem um estilo de vida jovem e cheio de diversão.

Com base no que foi descrito, Bauman escreve que na sociedade de consumidores o consumo adquiriu uma nova função “consumir, portanto, significa investir na afiliação social de si próprio, o que, numa sociedade de consumidores traduz-se em vendabilidade” (BAUMAN, 2008, p. 75).

Bauman, ainda, faz a seguinte provocação – as mercadorias que estão no shopping não são somente os produtos que estão paradinhos nas vitrines, mas as pessoas que estão ali circulando, olhando para a vitrine, também, são mercadorias. Olhando para mercadorias, as mercadorias-pessoas, não serão vendidas em uma operação comercial, como não vão ser trocadas por dinheiro, mas as mercadorias-pessoas são expostas à venda como na vitrine.

Podemos dizer que a maior vitrine de pessoas hoje, são as redes sociais. Nesse ponto, o autor se refere às redes sociais como sintoma da lógica do consumo: o Facebook, o Instagram, o *YouTube* são exemplos de que pessoas vendem-se a si mesmas. Querem ser consumidas por outras através de cada foto, cada vídeo, cada texto postado é parte de uma propaganda. A foto da comida, a foto feita em *selfie* na viagem a Londres, uma cachoeira do interior e até a foto do seu pet chegando do banho. E aquela foto do perfil que você bateu cinquenta vezes até ficar bonita? A velocidade das postagens e o cuidado que temos com elas são evidências de que no fundo, todos sabem que cada post é o marketing de si mesmo, e que cada *like* é uma pequena prova de que uma operação de venda foi bem sucedida. As pessoas começam a abrir mão de sua privacidade para começar a valorizar-se como mercadoria.

Bauman escreve, dessa forma, sobre a cultura do consumo e a percepção do tempo no interior dela. Ele descreve que o ambiente líquido moderno é inóspito ao planejamento, isso porque o tempo

não é mais percebido como algo cíclico como ocorria na mitologia, por exemplo, e nem linear como na tradição ocidental. Agora o tempo é pontilista.

O tempo pontilista significa uma percepção fragmentada, pulverizada em uma multiplicidade de instantes que não apresenta uma coesão entre eles. O tempo não é percebido como algo contínuo, mas repleto de rupturas e descontinuidades. Cada momento é único e encerra-se em si mesmo, ou seja, não tem relação com os que vieram nem com os que virão depois. Essa percepção do tempo que se transforma em uma cultura do agora, uma cultura apressada, que se relaciona com a formação de uma sociedade de consumidores.

A modernidade líquida abre, também, novas tendências de relacionamentos. Uma delas, a que Bauman dedica várias reflexões é do relacionamento on-line. A crítica que ele faz a esse novo modo da sociedade é o fato de que as operações do mercado parecem servir como modelo para as relações entre as pessoas. Em entrevista para uma revista suíça, ele afirmou que a tendência de procurar um companheiro na internet resulta da tendência para a compra pela internet. Se você quiser uma jaqueta nova o site de uma loja online mostra a você um catálogo, se você procura um companheiro, o site de namoro também mostra para você o catálogo.

O modelo da relação entre cliente e mercadoria se tornou o modelo da relação entre as pessoas. Para Bauman, mesmo as relações afetivas entre as pessoas parecem ganhar um caráter de consumo em uma sociedade individualizada. Tal como um produto é substituído, assim que ele não é mais capaz de satisfazer os seus desejos individuais, as pessoas, também, são descartadas e substituídas por outra. O relacionamento não muda apenas com o seu *crush*, mas, também, com as amigadas.

O autor citou em uma entrevista à revista sueca “*Das Magazin*”, um fato acerca de uma pessoa que disse a ele ter feito quinhentas amigadas em um só dia. A partir disso, ele faz uma reflexão sobre o que é esse ambiente de rede e um novo tipo de amizade que ela pode oferecer, ou seja, diferentemente da comunidade, a rede é feita e mantida viva por duas atividades diferentes: uma é conectar e a outra desconectar. A atratividade do novo tipo de ‘amizade do Facebook’, como eu a chamo, está precisamente aí. É muito fácil se desconectar. É fácil conectar, fazer amigos. Mas o maior atrativo é a facilidade de desconectar.

É a facilidade em desconectar que caracteriza a liquidez das relações. Quem nunca bloqueou alguém no Facebook, no Instagram, *WhatsApp* ou em todos esses? No mundo off-line, fora das redes, desfazer relações pressupõe encontrar a pessoa frente a frente, dizer a elas razões da quebra de relacionamento, ter que ouvir, também, delas as suas queixas. Isso significa um risco e um desconforto. A facilidade em fazer e, sobretudo, de desfazer as amigadas são um atrativo para os indivíduos de uma sociedade líquida em que os vínculos são fracos e voláteis.

Todos os aspectos abordados por Bauman nos instigam a conhecer mais sobre as relações que os indivíduos contemporâneos estão estabelecendo na sociedade, visivelmente, desprovida de empatia para com o semelhante, individualista, preocupada não em ser, mas em ter cada vez mais.

5 MARSHALL BERMAN: TUDO QUE É SÓLIDO DESMANCHA NO AR

Marshall Berman (South Bronx, Nova York, 24 de novembro de 1940 — Nova York, 11 de setembro de 2013) foi escritor e filósofo norte americano, convicto de sua visão marxista. Era, também, professor de Ciência Política do City College of New York e do Graduate Center, da City University of New York, onde ensinava Filosofia Política e Urbanismo. Sua obra mais conhecida é *Tudo que é sólido desmancha no ar* (1982), revolucionou o meio acadêmico mundial. O título se refere a uma frase do *Manifesto Comunista*, de Karl Marx e Friedrich Engels.

O livro é uma visão crítica da modernidade, constituindo-se de análises críticas de vários autores e suas épocas - desde o *Fausto* de Goethe, passando pelo 'Manifesto' de Marx e Engels, pelos poemas em prosa de Baudelaire e pela ficção de Dostoievski, até as vanguardas artísticas do século XX. O marxista humanista era radicalmente contrário ao conceito de pós-modernismo e acreditava na retomada do humanismo marxista.

Berman traça um delinear da modernidade em três tempos – ontem, hoje e amanhã – que se relacionam no que diz respeito à modernidade. Segundo o autor, a modernidade é todo um ambiente, pois não se resume a um período, fato histórico, movimento ou momento da sociedade. É um envolvimento do mundo em dimensão estética (os movimentos artísticos que darão forma ao todo da modernidade) e ética (originado no *ethos*, que é o modo de ser moderno), na modernidade.

O ponto central do livro é elucidar a seguinte pergunta – O que é viver na modernidade? Para tal, lança mão de autores e obras modernistas para tentar entender como a estética e a ética moderna se formam. Na parte introdutória do livro, ele dá um parecer fundamental que é como isso se dá. Em suma, para Berman, a modernidade é uma época contraditória. Nessa visão contraditória há aventura, que é a transformação de si mesmo e o risco que é a transformação de todas as coisas.

A vida moderna oferece toda a aventura e possibilidade, mas cobra um alto preço, porque ter uma coisa pode significar perder outra. Cada um é responsável pelo seu destino, o que traz uma profunda angústia e esta denota que o indivíduo tem por um lado, por outro lado, as ameaças de que tudo o que temos pode ser totalmente aniquilado, pois há a possibilidade de se perder o que se é, o que se tem e o que se forma.

A vida moderna é diferente de qualquer outra vida e de qualquer outro tempo – espaço que vimos até hoje na história da humanidade, porque ela é a única que possibilita o molde do destino. E, este molde do destino, segundo Berman, forma essa dialética de promessas e ameaças.

A dialética na modernidade para Berman apresenta dois espectros enquanto ambiente, que cobrem o modernismo e a modernização. A modernização representa a dimensão técnica, o modernismo representa a dimensão estética e a modernidade a dimensão ética que coordena o ambiente e impede a solidificação dos valores: “tudo o que é sólido se desmancha no ar”, antes de constituir uma tradição e antes dessa tradição não ser modernizada.

A modernização é a dimensão técnica da evolução do sistema, é a tecnologia presente nas coisas. Por outro lado, o modernismo é a dimensão estética que se constrói ao longo do tempo, por isso, para Berman é a Arte e a Literatura, juntamente com a tecnologia e técnica que vão dar a dimensão movimento de modernidade e técnica, porque a modernização ataca o modernismo, e esta, àquela dando a dimensão da dialética, porque essa dialética não para. De um lado a Arte e a Literatura, de outro a tecnologia e a técnica vão dar a dimensão a esta modernidade ética e fazer com que estes valores adicionais não consigam se manter, estabelecendo essa dialética de contraste.

O modernismo foi um movimento de vanguarda na arte e literatura para lançar mão de uma estética da modernidade. Este, também foi alvo de uma modernização que acaba destruindo seus valores e que impede esse valor à medida que essa tecnologia presente é inserida cada vez mais.

A modernização e o modernismo são braços dialéticos na modernidade e estão em lados opostos desta, mas se discutem dentro da modernidade. É a negação da negação, de acordo com a dialética marxista da qual Berman se inspira. Há uma questão histórica para Berman que delimita esta “era de contraste”, que é a construção do racionalismo, secularismo e individualismo que vão construir o *ethos* da vida moderna.

A partir dessa dinâmica é preciso pensar essa nova modalidade de se organizar e entender que esse movimento de explosão do século XX vai trazer ao mesmo tempo essa mudança na estética, ética e técnica a preços altíssimos como a Segunda Grande Guerra e as guerras que advém das potências. É preciso pensar uma modernidade globalizada, racional e tecnológica. E sem esses fatores não se pode entender o nosso mundo, pois ela é capaz de extrapolar o novo, mesmo havendo a negação da negação. Por ser uma ‘era de contrastes’ tem quem negue o futuro, quem negue a razão, a tecnologia, a fé e a irracionalidade.

Berman diz que a modernidade, também, é progressista por causa da crescente industrialização e construção de um mundo novo o que apresentou um preço alto para o mundo. Nesse ponto, o autor mostra seu atributo marxista e adepto da teoria de classes e de como essa concepção

afetou a modernidade. Há uma angústia que assola a vida moderna: os fantasmas rondam a vida do homem e ele não tem como agarrar esses fantasmas.

Do ponto de vista material os homens deram continuidade a sua situação precária de vida em prol da ascensão de uma burguesia industrial o servo, o colono, o escravo e o empregado moderno que é análogo à situação de todas as classes, menos abastadas e oprimidas na história da humanidade. Para Berman, “o crescimento humano tem custos humanos; qualquer um que deseje tem de pagar o preço, e o preço é altíssimo [...] Uma mulher pobre, atrelada à família, não tem qualquer liberdade de movimento” (Berman, 1986, p. 74).

O empregado moderno se descobre no epicentro do problema e, por isso, ele é o sujeito da transformação da modernidade, quando Berman coloca, “[...] se deseja envolver-se com outros em benefício do desenvolvimento próprio, deve assumir parte da responsabilidade pelo desenvolvimento alheio – ou, antes, deve ser responsável pelo seu destino” (idem, p. 74).

Como Marx, coloca na conta do proletário o fator da transformação e como este homem operário precarizado, alienado e oprimido é o único ser que pode tomar as rédeas de uma revolução para destituir essa opressão, de alguma maneira essa revolução vem por estes anseios de destruição – ética, estética e técnica que a própria modernidade apresenta.

A vida moderna para Berman é profundamente desesperadora, pois os valores não chegam a se firmar. Nada serve para o homem, não conseguem manter nenhuma tradição, valor, moral e nada em que se apegar nem do ponto de vista ético, estético ou técnico, porque tudo muda, tudo se renova. Tudo o que é feito, não é feito para durar, mas para se destruir, se degradar, se alterar ou superar.

A explosão da difusão dos meios de comunicação e da tecnologia favoreceu, ainda mais, a maior individualização. Como nada se firma não há referências. Por isso, Bauman escreve o “amor líquido”, a fragilidade dos laços humanos favorecidos pela tecnologia e a individualização.

O século XX desmentiu as promessas de um futuro promissor e maravilhoso. Como o sonho da utopia morre com a Primeira Grande Guerra e, suas subseqüentes guerras, levando o mundo a um colapso, parecendo que vai se destruir dia após dia.

A modernidade, também, é privatizadora. O Estado abre espaço na administração para o mercado. O capitalismo é um cárcere de ferro que comanda a vida das pessoas de forma sistêmica, o que impede, por exemplo, que esses movimentos reestruturem a lógica da dominação. O capital privado começa a tomar conta da vida pública e adquirir bens coletivos para exploração individual (privatização). Essa ordem econômica diminui a participação política e artística dos indivíduos, mantendo a alienação. Na medida em que invisto em uma técnica, diminuo a ética e a estética.

Como o capitalismo é um grande vendedor de técnica, ele vai assumir isso, mas é importante não esquecer que o fetiche da mercadoria que Marx vai trabalhar depois, o Berman leva em consideração, porque o capitalismo é o criador de dinâmicas estéticas. Por exemplo, a publicidade vem de uma falsa estética do mundo, ela não é arte, mas é algo que parece arte, parece o artista e parece o modernismo. Ele não tem dinâmica, estética fundamental e essencial do ponto de vista filosófico, mas é uma falsa estética que vai imitar a arte – é a imitação da imitação.

O capitalismo cria isso na publicidade como a falsa arte, isto é arte ou é para ganhar dinheiro, para explorar, para ganhar e acalantar a técnica, dentro dos movimentos artísticos e literários profundamente voltados ao consumo. Isto é uma crítica que Berman vai fazer do ponto de vista da arte e que subsiste no mercado capitalista. O mercado da arte como um todo é um mercado não estético, mas é reprodutivo, cada vez mais voltado à alienação e exploração e, não o contrário. Ao término pergunta-se: há uma saída?

Marshall Berman dá uma indicação de saída. É imprescindível para obter uma nova dinâmica na modernidade sem sair da modernidade, deve-se olhar para o movimento de modernismo e relembrar o passado, pode ser uma luz para pensar o futuro.

Os movimentos do modernismo foram perdendo ao longo do tempo seu sentido crítico e, sobretudo, a proposição estética que eles tinham em modificar o caráter ético da modernidade num sentido próprio – transformar essa modernidade cada vez melhor, ao passar do tempo. Os movimentos de modernismo sempre sucumbiram aos movimentos de modernização.

É preciso, para que se rompa esta lógica, uma estética cada vez mais desalienante, desatrelada do consumo e da forma alienadora da modernidade, que como marxista, Marshall Berman vai indicar que surja das classes subalternas.

A análise evidencia que, na modernidade contemporânea, o consumo assume um papel estruturante na organização da vida social. Conforme Bauman (2008), o indivíduo passa a ser avaliado por sua capacidade de se tornar desejável, sendo constantemente exposto à lógica da mercadoria.

Esse processo é intensificado pelas tecnologias digitais e pelas redes sociais, que funcionam como espaços de exposição e valorização simbólica. A identidade torna-se performática, construída a partir da visibilidade e do reconhecimento.

Além disso, as relações sociais passam a reproduzir a lógica do consumo, caracterizando-se pela rapidez, pela superficialidade e pela possibilidade constante de substituição. Os vínculos tornam-se frágeis e temporários, refletindo a fluidez da modernidade líquida.

Berman contribui para essa análise ao demonstrar que a modernidade não se limita à dimensão econômica, mas envolve uma experiência existencial marcada por tensões e contradições. A constante

transformação das estruturas sociais produz sujeitos em permanente reconstrução, inseridos em um mundo instável.

Dessa forma, a modernidade contemporânea pode ser compreendida como um processo no qual a lógica do mercado atravessa todas as esferas da vida, redefinindo identidades, relações e valores.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A trajetória modernista da sociedade, conforme descrita por Zygmunt Bauman e Marshall Berman, é marcada por transformações profundas que se seguiram a duas grandes revoluções: a Revolução Francesa e a Revolução Industrial. Esses autores, amplamente reconhecidos no campo das ciências sociais, caracterizam o período histórico contemporâneo pela noção de “modernidade líquida”, conceito que evidencia a fluidez e a instabilidade das relações sociais e institucionais.

Com a consolidação do capitalismo, a vida moderna passou a reconfigurar de maneira radical a economia, a política, a cultura e a organização social em escala global. Essa dinâmica não apenas alterou os modos de produção e consumo, mas também redefiniu os padrões de convivência e os valores coletivos.

Bauman e Berman observam que, ao final do século XX e início do século XXI, emergiu uma nova postura diante da modernidade. O avanço histórico trouxe consigo características adicionais que intensificaram esse estilo de vida, resultando em mudanças estruturais e profundas nas formas de sociabilidade e nas práticas cotidianas.

A transformação da modernidade sólida em modernidade líquida pode ser atribuída, segundo Bauman, a cinco fenômenos centrais. Em primeiro lugar, os Estados-nações perderam a capacidade de promover mudanças significativas em âmbito local e internacional diante da ascensão do capitalismo global. Em segundo, emergiram corporações transnacionais que passaram a exercer influência decisiva sobre a economia mundial. Em terceiro, o desenvolvimento das tecnologias eletrônicas de comunicação reduziu drasticamente as distâncias geográficas, intensificando a interconexão global. Em quarto, as sociedades contemporâneas passaram a se preocupar mais com os riscos do que com a segurança, instaurando uma lógica de incerteza permanente. Por fim, observa-se o aumento contínuo dos fluxos migratórios, que reconfiguram fronteiras culturais e sociais.

Esses cinco processos, conforme Bauman contribuíram para o “derretimento” da modernidade sólida, dando origem à chamada modernidade líquida. Essa nova lógica representa a inversão da estabilidade anterior, substituída por um cenário marcado pela fluidez, pela maleabilidade e pela ausência de um centro de gravidade definido. Nesse contexto, a construção da identidade torna-se

instável e passa a se ancorar predominantemente no consumo, que se converte em elemento estruturante da vida social contemporânea.

A transição da modernidade sólida para a modernidade líquida pode ser explicada por cinco fatores centrais. Primeiramente, os Estados-nações perderam a capacidade de promover transformações significativas em âmbito local e internacional diante da ascensão do capitalismo global. Em segundo lugar, emergiram corporações transnacionais que passaram a exercer influência decisiva sobre a economia mundial. Em terceiro, o desenvolvimento das tecnologias eletrônicas de comunicação reduziu as distâncias geográficas e intensificou a interconexão global. Em quarto, as sociedades contemporâneas passaram a priorizar a percepção dos riscos em detrimento da segurança, instaurando uma lógica de incerteza permanente. Por fim, observa-se o crescimento contínuo dos fluxos migratórios, que reconfiguram fronteiras culturais e sociais. A modernidade líquida nos obriga a revermos a construção da nossa identidade, e esta, está ancorada no consumo.

O consumo de mercadorias produzidas e organizadas pelo mercado se torna um pilar da nossa identidade. Consideramos que as identidades da modernidade líquida também são líquidas. Sendo assim, podemos descartar a nossa identidade do mesmo modo como descartamos um objeto que não usamos mais. Nada há de fixo, eterno, pois tudo é efêmero, breve. Podemos escolher o que queremos ser através das mercadorias que possamos comprar. Ao final, todos estão mudando a todo tempo. Mas resta uma pergunta: todos usufruem da modernidade líquida da mesma forma?

Bauman identifica dois grupos de indivíduos: os indivíduos de fato, os chamados turistas que, por já ocuparem uma classe social privilegiada consegue aproveitar ao máximo essa realidade líquida, pois viajam, compram, consomem, mudam de identidade, ou seja, “surfam na liquidez da vida”. De outro lado estão os indivíduos de júri, a grande massa da população mundial. Esta ao invés de flutuar, afunda na liquidez, pois como não conseguem acompanhar essas transformações rápidas e contínuas estão condenados a viver em um local só, lutando para conquistar sua identidade, tentando ao menos ‘boiar’ nessa imensidão líquida.

Berman nos mostra a realidade do capitalismo como sendo um ‘cárcere de ferro’ que comanda a vida das pessoas de forma sistêmica, o que impede que esses movimentos reestruturem a lógica da dominação. Sendo assim, o ser humano se torna cada vez mais alienado, em uma sociedade extremamente alienante.

A análise das contribuições de Bauman e Berman permite compreender a modernidade como um processo dinâmico e contraditório, marcado pela dissolução de estruturas tradicionais e pela centralidade do consumo.

Conclui-se que, na contemporaneidade, o consumo ultrapassa sua dimensão estritamente material e assume papel central na construção das identidades e na configuração das relações sociais. Nesse cenário, os indivíduos passam a ocupar uma posição paradoxal: são, ao mesmo tempo, consumidores e mercadorias, inseridos em uma lógica que transforma suas práticas cotidianas em objetos de circulação e valor.

Diante dessa realidade, torna-se imprescindível refletir criticamente sobre os impactos dessa dinâmica na formação do sujeito e na organização da vida social. Tal reflexão aponta para a necessidade de resgatar dimensões éticas e coletivas, capazes de contrapor a hegemonia do consumo e de promover formas de sociabilidade mais solidárias e sustentáveis.

REFERÊNCIAS

- APPADURAI, Arjun. A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: editora da universidade Federal Fluminense, 2008.
- BAUMAN, Zygmunt. Modernidade e ambivalência / tradução Marcus Penchel. — Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.
- BAUMAN, Zygmunt. Modernidade líquida. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BAUMAN, Zygmunt. Vida líquida. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2007.
- BAUMAN, Zygmunt. Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2008.
- BARBOSA, A. O mundo globalizado: política, sociedade e economia. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2003.
- BERMAN, Marshall. Tudo o que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- BOSCHETTI, I., GRANEMANN, S., KILDUFF, F., MENDES DA SILVA, M. (org.) Os direitos não cabem no Estado – Trabalho e política social no capitalismo. São Paulo: Usina Editorial, 2023.
- DESCARTES, René. Discurso do método. Porto Alegre: Ed. L&PM, 2005.
- DURKHEIM, E. Introdução ao pensamento sociológico. Durkheim, Weber, Marx, Parsons. São Paulo: Ed. Centauro, 2001.
- HARVEY, D. Condição pós-moderna. 14 ed. São Paulo: Loyola, 2005.
- HARVEY, D. O enigma do capital e as crises do capitalismo; tradução de João Alexandre Peschanski. - São Paulo, SP : Boitempo , 2011.
- HEILBRONER, R. A formação da sociedade econômica. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.
- MARX, Karl. O Capital. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1991.
- WILLIAMS, Raymond. Cultura e materialismo. São Paulo: Ed. ENESP, 2011.
- ORTIZ, R. Mundialização da cultura. São Paulo: Brasiliense, 1994.