

GILLES LIPOVETSKY / EDUARDO GIANNETTI

RESUMO

Conferência: *Somos a civilização da leveza?*

Por Luciana Thomé

Os valores humanos a partir de caminhos tecnológicos ou utópicos

A busca do ser humano pela realização tem conexão direta com os seus hábitos de consumo e com a idealização do bem-estar, especialmente na época atual. Mas, pelo menos entre o filósofo francês Gilles Lipovetsky e o economista brasileiro Eduardo Giannetti, não há consenso sobre qual é o caminho para um futuro mais sustentável e justo. Enquanto o primeiro defende novas possibilidades de criação por meio da tecnologia e da educação, o segundo indica uma alternativa mais utópica relacionada ao resgate de valores. Este foi o ponto central do debate especial da temporada 2017 do *Fronteiras do Pensamento*, intitulado *Somos a civilização da leveza?*.

Considerado um dos gurus da pós-modernidade, Lipovetsky é um dos principais pensadores contemporâneos para os temas da moda e do consumo. Teórico da hipermodernidade, ele afirma que a leveza invadiu a nossa rotina e transformou o nosso imaginário, tornando-se um valor e um ideal. Ele explicou que a sociedade contemporânea de consumo em massa entrou em uma nova etapa: o hiperconsumo. Esta é uma era que se caracteriza pela excrecência de produtos, marcas e publicidade, e na qual somos tomados por uma lógica de pagamento e troca, que inclui até mesmo as coisas mais elementares da vida. “Quase a totalidade das experiências da nossa existência se encontra hoje tornada mercadoria, inclusive os fenômenos que mais dão sentido à existência. As festas religiosas, como o Natal, por exemplo, se tornaram festas consumistas onde há – cada vez mais – a dimensão da compra, a dimensão comercial que se torna a lei dominante da vida cotidiana. É preciso saber que, hoje, 70% do produto interno bruto dos EUA é gerado pelo consumo das famílias. O consumo é a alavanca do crescimento das economias desenvolvidas. Quando o consumo se torna o fator central do crescimento, então, estamos numa sociedade de hiperconsumo.”

A sociedade de hiperconsumo se caracteriza por um imenso encantamento a respeito das coisas “leves”. Valores de peso como o trabalho e o sacrifício são abandonados em detrimento de outros como prazer e lazer. E a leveza de viver se resume à compra e à distração de massa num processo que funciona como o mercado da moda e que está em constante mudança de modelos.

Apresentação



Patrocínio



Parceria Cultural



PUCRS



Universidade Parceira



Empresas Parceiras



Parceria Institucional



Apoio Institucional



Promoção



“Hoje o produto principal da nossa sociedade de hiperconsumo são o iPad e o smartphone, aparelhos ultraleves e ultraligeiros – cada vez mais leves e mais ligeiros – que possibilitam estar em contato com as pessoas e brincar, jogar, conversar, tirar fotografias. Toda a sociedade de hiperconsumo funciona na base da sedução, como a moda. E não obedece mais a lógicas de imposição ou obrigação. Podemos dizer que a sociedade de hiperconsumo é a industrialização, a midiaticização e a mercantilização do ligeiro em benefício do consumo de massa.”

Para Lipovetsky, o paradoxo é que, quanto mais a sociedade funciona na base do veloz e do leve, mais o cotidiano se torna pesado. “O automóvel, no início, era um instrumento leveiro. Hoje, quando você anda de carro, precisa enfrentar os congestionamentos. Isso é pesado. Você vai de férias em lugares de evasão, e faz parte da horda de turistas. Você tem o peso das coisas que voltam. Desta vez, não como dizia Nietzsche, pelo peso da metafísica e dos deuses, mas o peso pela abundância e pela excrescência do consumismo.” Assim, as necessidades não param de crescer, e o orçamento das famílias não cresce da mesma maneira. O resultado é que todo o esforço e o trabalho acabam sendo voltados apenas para o consumo e no sonho alimentado pelas pessoas de uma existência mais leve. “Hoje as expectativas das pessoas não são mais de mudar o mundo, porque não há mais modelo alternativo capaz de inverter a situação na qual nos encontramos. E é uma situação completamente inédita. Desde o século XVIII, nós sonhamos mudar a nossa própria existência por novas vias. Ou contendo o consumismo ou desenvolvendo tecnologias psicológicas que nos permitam deixar mais leve esse peso da nossa existência.”

O filósofo francês foi categórico ao afirmar que o fim do consumo é uma utopia e que o hiperconsumo não deve ser elogiado intempestivamente, mas também é algo que não pode ser diabolizado. A solução, segundo ele, é a busca por novos equilíbrios, que permitam o desenvolvimento sustentável com tecnologias limpas e energias renováveis. “Ao contrário de tudo o que dizem os discursos críticos desde os anos 1960, eu penso que muitos intelectuais denunciam de maneira radical o consumismo, mas na verdade o consumo traz muitas coisas para as pessoas: comunicação, viagens, modos de vida mais autônomos e mais livres. Não podemos perder de vista os benefícios do consumo. Consumo não é apenas televisão, smartphone ou lazer. Temos também o consumo de saúde. E acredito que todas essas coisas são positivas. Mas, mesmo que elas sejam positivas, penso que essa fuga no consumismo não me parece uma solução que nós devemos defender de maneira radical. O consumo traz muitas coisas, mas não pode ser o objetivo da existência.”

Dessa forma, o enaltecimento do consumo não é o melhor que podemos sonhar para o século XXI. É preciso propor objetivos mais elevados para a juventude. “Temos necessidade de

Apresentação



Patrocínio



Parceria Cultural



Universidade Parceira



Empresas Parceiras



Parceria Institucional



Apoio Institucional



Promoção



consumir, mas o ser humano também é alguém que pensa, que reflete, que cria, que quer melhorar o mundo. Sob essas dimensões, o consumo é incapaz de realizar. Então, temos necessidade, diante do universo consumista, não de um contramodelo – que aos meus olhos não existe –, mas temos necessidade de mais cultura. Estou convencido de que será pela cultura, e mais exatamente pela escolarização, pelo investimento massivo na formação escolar, que nós poderemos erigir uma sociedade de consumo mais digna.”

Lipovetsky ressaltou que a paixão pelo consumo é uma das paixões dos homens e que, frente à paixão pelo saber e pelo conhecimento, perde a sua importância. “Temos necessidade de um investimento considerável na escola para criar empregos, para inovar – porque não há solução para o futuro sem a inovação –, e uma escola que dê igualmente aos homens o gosto pelo pensar, pela reflexão, pela crítica e pela criação artística. Pois temos necessidade no mundo futuro não unicamente de meios úteis, mas também de meios que nos permitam a expressão de si por meio da arte. Então, a escola tem uma enorme responsabilidade”, finalizou.

Economista, cientista social, professor e escritor, Giannetti analisa em seus livros aspectos da vida humana e ocidental, como economia, política, meio ambiente e religião, idealizando um futuro para o Brasil, que se mostra uma alternativa aos modelos já conhecidos e rumo a um desenvolvimento pautado pelos próprios valores. Em sua exposição, abordou a crise civilizatória e o lugar do consumo nos impasses e dilemas enfrentados atualmente no mundo.

Giannetti fez de ponto de partida uma frase da Carta Encíclica Laudato Si' do papa Francisco, na qual critica o consumismo e reforça a necessidade de combater a degradação ambiental e as alterações climáticas: “Os desertos externos estão crescendo no mundo porque os desertos internos se tornaram tão vastos”. Assim, abordou as duas questões: os desertos externos, representados pela crise ambiental, e os desertos internos, a partir do que chamou de crise da ecologia psíquica.

Na parte dos desertos externos, iniciou falando sobre a relação entre a sociedade moderna ocidental e o mundo natural. “Um dos grandes vetores de valor do Ocidente moderno é a tecnologia, a ciência aplicada. Ela nasce com a promessa de aumentar o domínio que a humanidade exerce sobre a natureza. O assenhoreamento da natureza em proveito do homem, em proveito das nossas vontades, nossos desejos e nossas fantasias. No entanto, esse projeto de dominação e assenhoreamento do mundo externo e natural redundou no seu contrário: a ameaça de um terrível descontrole das bases naturais da vida. Extinção de espécies, escassez hídrica, mudança climática. É um paradoxo de primeiríssima ordem do mundo em que estamos

Apresentação



Patrocínio



Parceria Cultural



Universidade Parceira



Empresas Parceiras



Parceria Institucional



Apoio Institucional



Promoção



vivendo. A ciência e a tecnologia que nos prometiam submeter o mundo à nossa vontade, aplicadas da maneira como vêm sendo utilizadas no âmbito da economia, e para satisfazer desejos de consumo, resultam no descontrole e na ameaça, no fantasma que paira naquela que eu considero a principal questão humana do século XXI, que é o problema ambiental.”

O mundo possui 7 bilhões de pessoas. O 1 bilhão que está no topo da pirâmide é responsável por metade das emissões de gás de efeito estufa. Os 3 bilhões seguintes por 45%. E os 3 bilhões na base da pirâmide por apenas 5%. E são estes últimos que já estão pagando a conta da mudança climática. “Por mais otimistas que possamos ser em relação à inovação tecnológica, essa correria armamentista do consumo nos leva a um precipício. Estamos, fundamentalmente, brincando de roleta-russa com o planeta. São de uma temeridade incalculável o caminho e a trajetória em que estamos. O que está alimentando isso? Por que o consumo se revelou algo capaz de se retroalimentar e se projetar quase que infinitamente numa espiral sem fim?”

Giannetti comparou o processo a uma corrida armamentista. No lugar de países disputando a supremacia militar, está o mundo no paradoxo: as pessoas estão investindo cada vez mais em materiais e o resultando está longe do esperado, gerando insegurança. “A humanidade está presa numa espécie de armadilha que nos arrasta por esse caminho. O que move o consumo nas sociedades humanas é que, a partir de um certo nível de renda, em que as necessidades básicas foram atendidas, as pessoas passam a se preocupar muito mais com a sua posição relativa, de onde elas estão em relação aos demais, do que propriamente com a satisfação de necessidades que atendem desejos legítimos do homem ou da mulher. E aí se deflagra uma corrida armamentista do consumo.”

O economista citou, como exemplo, a inserção de bens posicionais, que podem ser tangíveis (como smartphone, carro ou casa) ou intangíveis (como grau de escolaridade) e que deflagram novas possibilidades de conferir *status* entre os seus semelhantes. “É um tipo de escassez que nunca será vencida, porque ela está sempre recomeçando. À medida que a sociedade alcança e difunde um determinado conjunto de bens que era posicional e deixa de ser, ela inventa novas posições e começa de novo a corrida armamentista.” Para Giannetti, tem alguma coisa errada na sociedade quando uma pessoa afluenta, por qualquer parâmetro, se percebe como uma perdedora e ainda por cima sente carências com mais intensidade do que a grande maioria dos carentes de fato.

Sobre os desertos internos, que Giannetti batizou de crise da ecologia psíquica, ele afirmou que o psiquismo vem sendo agredido de maneira intensa e danosa nas últimas décadas. “A ciência,

Apresentação



Patrocínio



Parceria Cultural



Universidade Parceira



Empresas Parceiras



Parceria Institucional



Apoio Institucional



Promoção





a partir do século XVII, se anuncia e carrega uma promessa de tornar o mundo mais inteligível para o homem. De elucidar e decifrar os segredos do universo e também da condição humana neste mundo. No entanto, o que de fato aconteceu à medida que o conhecimento científico avançou, e o progresso é extraordinário, é que, quanto mais avança a ciência, mais nós entendemos a causalidade da superfície das coisas, mas mais incompreensível fica o universo. E mais destituída de propósito fica a nossa existência na ordem cósmica das coisas.”

Para ele, a ciência, além de não saciar a fome de sentido, destrói as possibilidades alternativas de busca de sentido em termos humanos. Dessa forma, o consumo se torna uma grande fuga ao mesmo tempo em que, neste cenário, uma em cada cinco pessoas sofrem de algum tipo de distúrbio mental, além de taxas de suicídios superiores ao número de mortes em acidentes nas estradas em países como Estados Unidos, Alemanha e na Inglaterra. “Nas sociedades ocidentais a depressão e as doenças psíquicas são responsáveis por mais infelicidade do que as doenças físicas e por muito mais infelicidade do que a oriunda da pobreza e do desemprego. Além da nossa crise ambiental *stricto sensu*, há também uma contrapartida da qual provavelmente decorre também a crise ambiental”, finalizou.

Na parte reservada ao debate, cada um dos conferencistas rebateu as afirmações do outro. Para Lipovetsky, o chamado à espiritualidade – manifestado pelo papa Francisco em seu papel no catolicismo – não poderia inverter a situação que vivemos atualmente. É preciso criticar o consumo, mas sem torná-lo um vilão, ao mesmo tempo em que não é possível torná-lo um valor da humanidade. “Eu não sou hostil às invocações morais e espirituais. Não há problema. Mas eu não acredito nas cruzadas dos valores, nas cruzadas como solução para o mundo. Esta pode ser uma solução pessoal, é claro. Mas na escala da humanidade, que em 50 anos terá 10 bilhões de indivíduos, não vejo como, pois precisaremos alimentar esses bilhões de indivíduos. Todos aspiram ao bem-estar, a viver bem, se a gente não explorar o que a humanidade criou de detestável, mas que é, ao mesmo tempo, o mais exultante e mais interessante: a conquista do mundo”, ressaltou.

Giannetti rebateu afirmando que o século XX foi cruel com as utopias totalizantes e esta foi uma lição que o mundo aprendeu duramente. Mas ele não entende isso como o fim da utopia e o fato de que isso possa impedir a humanidade de sonhar e buscar formas alternativas, num mundo onde os valores estão em crise, e não os modos de produção. “As culturas que têm elementos de pré-modernidade – e aqui eu singularizo especialmente o Brasil – possuem eventualmente algo de original e importante a oferecer como uma utopia para a humanidade. Uma civilização menos calcada nesta exacerbação do elemento competitivo da vida em detrimento da

Apresentação



Patrocínio



Parceria Cultural



Universidade Parceira



Empresas Parceiras



Parceria Institucional



Apoio Institucional



Promoção





afetividade, da espontaneidade, da disposição para o momento, para aquilo que nós podemos chamar – usando a expressão de Rousseau – o doce sentimento da existência. O dom da vida como celebração imotivada. Culturas – como a brasileira – que se preservaram, por caminhos muitas vezes cruéis e tortuosos, graças à maneira como se integraram na nossa vida e na nossa sensibilidade. As culturas ameríndias e as culturas africanas, que se integraram aqui de uma forma muito peculiar, carregam a promessa de uma outra forma de vida que não é essa anglo-americana, da ciência, da tecnologia e do crescimento”, afirmou.

Apresentação



Patrocínio



Parceria Cultural



Universidade Parceira



Empresas Parceiras



Parceria Institucional



Apolo Institucional



Promoção

