

44 cartas do mundo líquido moderno

44 letters from the liquid modern world

Shirley Paiotti

Mestranda em Comunicação, pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul – USCS;
bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Capes.

Zygmunt Bauman, sociólogo polonês, nasceu em 1925 e trabalhou na Universidade de Leeds, onde teve contato com o filósofo islandês Ji Caze, personagem que viria inspirar profundamente seu pensamento. Os estudos sociológicos de Bauman permitem refletir sobre a angústia que reina nos sentimentos humanos, fato presente no seu novo livro: *44 cartas do mundo líquido moderno*¹.

Publicado pela Zahar Editores e vendido ao preço de R\$ 39,90 nas lojas de São Paulo, sua primeira edição deu-se em 2010, na Europa, pela editora Blackwell Science. Trata-se de um trabalho resultante de um projeto encomendado pelo jornal italiano *La Repubblica delle Donne* ao escritor Bauman, ao qual foi solicitado que respondesse a cartas dos leitores. Desta forma, esse novo produto editorial contém 44 textos que se referem às cartas supracitadas.

O livro aborda temas do cotidiano das pessoas, como moda, relacionamentos familiares, relacionamentos sociais, economia, atitudes boas e más, e personalidade, temáticas que, por vezes, surpreendem os leitores devido às novas situações geradas no mundo moderno em que vivem.

O início da obra traz a apresentação do projeto que originou as cartas, as quais compuseram o mesmo. O desenrolar dos textos evidencia linguagem simples, com temas do dia a dia de qualquer pessoa, dentre eles destacando-se consumo e caráter, como no capítulo “Os gastos dos adolescentes”, no qual o objeto de desejo é apresentado como sendo uma obrigação/um direito. Assim, o autor constatou que não há laço afetivo, o que conta é o momento da aquisição, com o fim de gerar um estilo de vida ou morte (social) – “o destino determina as opções, mas o caráter faz as escolhas” (p. 56). O objeto de desejo também está presente em “O surgimento das meninas-mulheres” – texto de reflexão sobre a importância de as pessoas estarem atentas às novas tendências, correndo o risco de ser consideradas fracassadas caso não se deem uma atualização. Já no capítulo “Como pessoas boas se tornam más”, o autor citou estudos nos quais indivíduos que cometeram crimes violentos eram considerados “pessoas normais” (p. 209), buscando o questionamento de como esses sujeitos acabaram por expor intenso ódio em determinadas situações, conforme ocor-

reu em casos envolvendo soldados americanos.

O capítulo “A moda, ou o moto contínuo” aborda a moda como sendo uma mudança autoinduzida. A moda é exemplo de eterna mudança, inesgotável fenômeno social que influencia; a moda é abordada e tem conceito apresentado em “Consumismo é mais que consumo”, ou seja, o autor desenvolveu que, no consumismo, o consumo está no centro do foco de interesse; sendo um produto social, torna-se a solução de vários problemas, aplaca desconfortos e dores, a moda também atende à necessidade de evitar que as pessoas percam seu valor de mercado.

No capítulo “No rastro da geração Y”, o autor transitou entre vários conceitos, como *baby boomers*, geração X e geração Y, dissertando sobre as oportunidades infinitas de prazer, sobre o trabalho o qual, como o ar, é indispensável à vida, porém “por si só não torna a vida boa de ser vivida, se as premonições mais tenebrosas de longo período de desemprego, (...) desaparecerão às infinitas oportunidades”. Reflexão que parece contínua em “Albert Camus”, capítulo no qual o autor disse que “o homem é a única criatura que se recusa a ser o que é”, acrescentando em “Tribos e céus” que todos olham as estrelas da TV, os famosos, os quais morrem publicamente, estabelecendo limites. Dessa maneira, Bauman sugeriu que a cultura cria classificação, administra as escolhas humanas e impõe limites para criar diferenças, para dividir.

Com essa fluidez de abordagem de vários temas, o autor chegou a questões a respeito da necessidade de buscar maneiras de cada um ser diferente de quem realmente as pessoas são. Em “Agora é a vez dos cílios”, por sua vez, ele afirmou que há “inúmeras tentações... procura-se seduzir mulheres ansiosas com a aparência física (e, indiretamente, com o *status* social e seu valor de mercado)”, sendo implacável ao abordar, em “Remédios e doenças”, que as empresas farmacêuticas “aperfeiçoam métodos de ampliar



¹ BAUMAN, Zygmunt. *44 cartas do mundo líquido moderno*. Tradução de Vera Pereira. Rio de Janeiro: Zahar, 2011. 228p.

44 cartas do mundo líquido moderno

seus mercados, aos orientarem-se na tendência universal do *marketing*". Desta maneira, é preciso criar demanda para mercadorias; logo, convencem-se os americanos de que há só dois tipos de pessoas: (1) as que sofrem de condições clínicas e exigem tratamento; e (2) aquelas que ainda não sabem disso". Ainda na linha de tratar de saúde e questões sociais, o autor, em "Saúde e desigualdade", salientou que, em "Palm Beach, o km² com mais milionários, não há hospitais, cemitérios ou casa funerária, desigualdade social diretamente relacionada à expectativa de vida (a qual não depende de PIB²)".

O autor manteve sua característica de estudar a fluidez na sociedade moderna, fluidez constante em todas as relações possíveis nesta mesma sociedade desde o advento da globalização, a qual vem mudando a base em que se dão os relacionamentos. Observa-se que Bauman demonstrou também preocupação quanto às consequências das mudanças ainda recentes, as quais acabam por gerar resultados novos e, por vezes, de difícil interpretação, já que tudo tem ocorrido com alta velocidade.

² Produto Interno Bruto.