

LANÇAMENTO

Modernidade líquida padroniza cultura

Nova obra de Zygmunt Bauman investiga a trajetória do conceito de cultura, passando pela educação e a sedução

IRACEMA SALES
Repórter

Em seu novo livro “A cultura no mundo líquido moderno” (Editora Zahar, 112 páginas, tradução de Carlos Alberto Medeiros), o instigante sociólogo polonês Zygmunt Bauman, analisa como o conceito de cultura, criado há cerca de dois séculos, e que vem sofrendo transformações. De papel missionário, ou seja, “educar o povo”, a cultura, ao longo da história mostra que tem mais de sete vidas, daí continuar sua metamorfose.

E é justamente nesse mundo fluído, no qual até mesmo as relações afetivas ganham essa conotação, que a cultura vai modelando-se, num ambiente contaminado pelas “novas e poderosas forças da globalização, da migração e da coexistência bélica de populações”.

Mais do que educar o “populacho”, uma das primeiras funções da cultura, que procurava imprimir bons hábitos à plebe, a fim de fazer distinção entre os nobres, hoje, está cada vez mais volátil, para usar o conceito do pensador. O autor compara a cultura a uma grande loja de departamentos, fazendo alusão ao mundo da moda, conhecido por sua voracidade pelas novidades, que não espera mais sequer pelo fim de uma estação. Pela análise do autor, a cultura deixa de ser universal, tornan-



do-se padronizada e especializada. O ápice seria o controvertido multiculturalismo. “O termo cultura entrou no vocabulário moderno como uma declaração de intenções, o nome de uma missão a ser empreendida”, destaca Bauman. No mundo atual, um bom sinal de pertencimento a uma elite cultural é o máximo de tolerância e o mínimo de seletividade. Em outras palavras, a pessoa pode gostar de rock pauleira, ópera, arte contemporânea, sem medo de estar invadindo o espaço de ninguém. E nem de ter sua condição social atrelada rótulos criados a partir de suas preferências artísticas. A mistura cultural é sinônimo de abertura, aceitação. Dividida em seis capítulos, a obra põe em questão os deslocamentos que o conceito de cultura vem sofrendo. Logo quando surgiu, o termo cultura era visto como “um agente de mu-

dança”, levando melhores condições de sobrevivência, tanto no aspecto de relações sociais de convivência, quanto de “pensar e de criar”. Conforme Bauman, a liquidez da sociedade contemporânea tirou da cultura esse caráter missionário, passando a assumir outros papéis, como por exemplo, o de seduzir. Nesse aspecto, abandona a função de buscar esclarecer as pessoas, passando funcionar como mais um objeto de sedução. Em outras palavras, a cultura caiu na armadilha de outro componente da sociedade líquida moderna: o consumo.

Assim, ela deixa de satisfazer necessidades, para criar outras. E não importa se os desejos foram satisfeitos, como ressalta o sociólogo polonês, no segundo capítulo: “Sobre moda, identidade líquida e utopia nos dias atuais: algumas tendências culturais do século XXI”. A cultura, mais uma vez, cai em outra vala, a moda, passando a refletir tendências, seguindo mais o estilo “prêt-à-porter” do que mesmo o da alta costura, com ênfase em criações exclusivas. Até mesmo porque a cultura passa a refletir, no atual contexto, uma falta de identidade. Ou de excesso. E não adianta entrar em cena o discurso do multiculturalismo, uma vez que cada cultura, assim como cada povo, de diferentes nações, possuem as suas identidades. Seria como usar uma moda pronta para vestir qualquer corpo, o que não cairia bem. Para ficar no exemplo da moda, o tamanho único.

De acordo com Bauman, “a vida social, por sua própria natureza, é um artifício extraordinário. No caso da moda, esse estado de inércia que induz à unifor-

midade não é o derradeiro estado, mas seu oposto, uma possibilidade de eterno retorno”. O pensador destaca que a cultura assume a condição de objeto da moda. As seções dessa imensa loja de departamentos, que tem nos shopping centers o seu apogeu, “estão superlotadas de produtos cobiçados”, além de estimular desejos que nunca serão realizados. “Guiada pelo impulso de ser diferente, de escapar da multidão e da rotina competitiva, a busca em massa da última moda (do próprio momento) logo faz com que as atuais marcas de distinção se tornem comuns, vulgares e triviais; mesmo o menor lapso de atenção ou até uma redução momentânea da velocidade da prestidigitação podem produzir efeitos opostos aos pretendidos: a perda da individualidade”. Hoje, as pessoas se quiserem estar na moda, devem correr, sob pena de virar refugos, no dia seguinte. É preciso ficar atento naquilo que já saiu da moda também.

No último capítulo “A cultura entre o Estado e o mercado”, Bauman faz uma referência especial à França, fazendo alusão ao seu envolvimento com as artes. O Estado francês começou mais cedo esse diálogo com as artes do que os demais países europeus. Essa conversa pode ser entendida como “patrocínio” oferecido pela nobreza. “No século XVI, Francisco I chegou a estabelecer uma oficina estatal para a produção de tapeçarias”, assinala Bauman, completando que, mais de um século depois, Luís XIV inovou rumo às maneiras modernas de patrocínio, o que viraria hoje, política cultural, ao fundar o teatro real e a comédia francesa.

A iniciativa, que colocava o patrocínio estatal na vanguarda, servia para desenvolver as artes e também “educar os artistas”. A ideia trazia embutida também a consciência de formação de Estado. O autor mostra como a França incentivou esse modelo de produção cultural. “Como tantas outras funções do Estado contemporâneo, o patrocínio da criatividade cultural espera urgentemente o subsídio”, assinala Bauman. No livro, chama a atenção para as diferentes funções que o conceito de cultura assumiu. “Havia o gosto das elites, naturalmente relacionado à alta cultura, o gosto médio ou filisteu, tópico da classe média, e o gosto vulgar, venerado pela classe baixa. Misturá-los era tão difícil quanto juntar fogo e água”.

A fluidez contemporânea não tem nenhum pudor em misturar tudo isso. Quanto mais misturados, melhor fica, uma vez que caiu por terra essa diferenciação entre arte pequena e as belas artes. Essa transformação passa também pelo conceito de belo, que mudou ao longo dos séculos. Já se foi o tempo em que a cultura foi usada com a função de lapidar o gosto de uma determinada classe, como o “projeto iluminista”, que juntou à educação, elementos básicos para a construção de uma nação, de um Estado e de um Estado-nação”, argumenta.



→ **Sociólogo** polonês
compara a cultura a
uma loja de
departamentos:
mundo moderno