

## Os tempos hipermodernos, segundo Gilles Lipovetsky

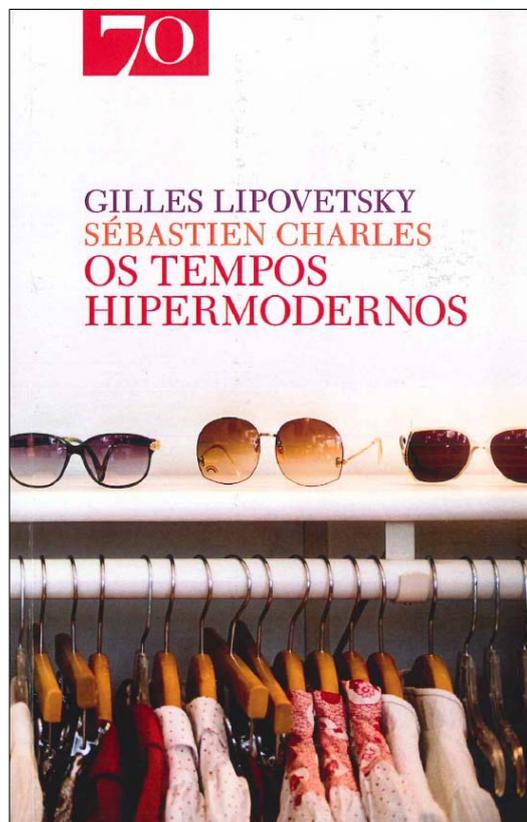
Mário Beja Santos<sup>1</sup>, [beja.santos@dg.consumidor.pt](mailto:beja.santos@dg.consumidor.pt)

O filósofo Gilles Lipovetsky ganhou notoriedade internacional com um conjunto de ensaios sobre o individualismo contemporâneo, *A Era do Vazio* (Relógio d'Água, 2007). O livro surgiu em França em 1983 e a partir daí Lipovetsky não deixou mais de discorrer sobre a modernidade, a pós-modernidade e a hipermodernidade. O consumo emocional e cultural atrai-o tanto como o mercado dos objetos. Disserta e problematiza sobre o hedonismo individualista, o relativismo dos valores, o registo do espetacular e do superficial dos media, a política reduzida a espetáculo. Vaticina a ética da responsabilidade e considera que a sociedade de consumo, emocional e individual, permite a coabitação de um espírito de responsabilidade com o de irresponsabilidade, trata-se de uma tremenda lógica binária que corresponde à falência das grandes ideologias da história.

*Os Tempos Hipermodernos*, por Gilles Lipovetsky e Sébastien Charles (Edições 70, 2014), é uma caracterização do dealbar do século, de uma sociedade de consumo estabelecida sob o signo do excesso, um frenesim de mudança. Tempos de perturbação em que às desregulações do neocapitalismo corresponde uma enorme desregulação e individualização do tempo: tempo tirânico, reduzido ao interno presente, ao curto-prazo, onde assistimos à derrocada das tradições e à decomposição das utopias políticas. Tempo paradoxal em que o mercado faz a apologia do curto-prazo e as preocupações do coletivo se orientam para o futuro do planeta que precisa de saber vencer os riscos ambientais.

Não é de agora, mas voltámos a viver com redobrada intensidade a exaltação do gozo do dia-a-dia, toda a pressão está sobre o presente, parece que não vale a pena usar de qualquer prudência com o dia de amanhã, há muito stress na competição. E observa o seguinte:

«Ao criar o hipermercado dos modos de vida, o universo do consumo, do lazer e, agora, das novas tecnologias, tornou possível uma autonomização crescente em relação aos constrangimentos temporais: daqui resulta uma dessincronização das atividades, dos ritmos e das trajetórias individuais. Vetor de individualização das aspirações e dos comportamentos, o reino do presente social faz-se acompanhar de ritmos desfasados, de construções mais personalizadas do emprego do tempo (...)



<sup>1</sup> Aposentado na categoria de Técnico Superior da Direcção-Geral do Consumidor, Professor do Ensino Superior, autor de livros e artigos nas áreas das políticas de consumidores e qualidade de vida.

Nova relação com o tempo que ilustra igualmente as paixões consumistas. Ninguém duvida que, em muitos casos, a febre das compras seja um mal menor, uma maneira de se consolar das fatalidades da existência, de preencher a vacuidade do presente e do futuro».

Vivemos pois a cultura do imediato no universo da pressa.

O filósofo Lipovetsky gosta de partir da cultura hedonista para esboçar a moldura destes tempos hipermodernos. Porque este indivíduo tiranizado pelo instante, pelo presente tão demolidor que reduz a conceção de futuro a uma miragem também tem os pés na terra, situações há em que é prudente, afetivo e relacional. Se assim não fosse, não prezava a memória em tempo de hiperconsumo. Nunca, em qualquer momento da civilização, houve tantos museus como hoje, tudo é património e tudo é comemorado: a cerveja e o pão; as rendas e os têxteis; os automóveis e os transportes e as comunicações; as diferentes guerras... Abrimos parques temáticos, fazemos turismo cultural, parece que não há passado que não seja digno de reavistação, está tudo em voga, desde os objetos antigos aos artesanais. São estes os tempos hipermodernos: o reino do presente e a memória histórica. E esta hipermodernidade ainda não disse a sua última palavra. O que estamos a ver é que o hiperconsumo desmantelou todas as formas de socialização, as grandes instituições sociais já não fornecem armaduras estruturantes ao indivíduo. Entrevistado por Sébastien Charles, Lipovetsky reflete em voz alta dizendo que a hipermodernidade não se reduz ao consumismo nem ao divertimento nem a qualquer forma permanente perda de fidelidade. «Ela não aboliu a vontade de se superar, de criar, de inventar, de procurar, de desafiar as dificuldades da vida e do pensamento. Não há nenhuma razão para que desapareçam os homens com ambição de se elevar acima dos preconceitos e de se empenharem nos difíceis caminhos da fruição do mundo pelo conceito. A filosofia está em crise, são as ciências e a tecnociência que rasgam perspetivas, que inventam o futuro».

Um belo ensaio sobre esta modernidade impulsionada pelo mercado, o indivíduo e os avanços técnico-científicos, em que o indivíduo está simultaneamente mais autónomo e mais frágil.