

Resenha Econômica

Consumo e hipermordernidade: o paradoxo contemporâneo

Ana Carolina de Paula Simões e Carlos Eduardo de Oliveira Tonon



BALLA, Giacomo. *Velocità d'Automobile*. 1913. Pintura. Museu do Hermitage, São Petersburgo. Disponível em: pt.wahooart.com/@/8XY4NL-Giacomo-Balla. Acesso em: 15 abr. 2025.

A obra **Velocità d'Automobile**, de Giacomo Balla, representa visualmente a exaltação da velocidade, do progresso e da ruptura com o passado, ideias centrais ao futurismo. Esse movimento artístico e filosófico do início do século XX, no contexto da Revolução Industrial, antecipava a lógica aceleracionista que, hoje, caracteriza a hipermordernidade. No mundo contemporâneo, as transformações sociais e culturais ocorrem em um ritmo intenso, impulsionadas pela digitalização das informações e pela lógica expansionista do mercado, reconfigurando, assim, constantemente valores, relações e práticas do cotidiano¹⁰. A valorização da permanência e da

tradição cedeu espaço à exaltação da inovação e da efemeridade, fazendo do consumo um elemento central na construção identitária. Práticas antes pautadas pela estabilidade deram lugar à lógica da renovação constante, na qual a moda e os estilos de vida são redefinidos em função da velocidade e da obsolescência programada.

Com a virada do século XXI, a hipermordernidade, conceito formulado pelo filósofo francês Gilles Lipovetsky, consolida-se como uma era de consumo exacerbado e de exaltação do presente. Por sua vez, o consumo segue como expressão identitária, mas agora é marcado pela exigência de inovação constante e pela efemeridade como normas. Tendências, tecnologias e valores culturais tornam-se instáveis diante da aceleração do tempo social, impulsionada pela digitalização e pela lógica predatória do mercado¹¹.

Assim, a necessidade constante de adaptações a mudanças estruturais e a imposição de padrões de consumo se assentam no abandono do indivíduo à lógica do mercado, que ordena e molda toda a ótica do modo de "ser humano". Compreender a nova realidade é essencial para pensar o papel central do consumo, em que os

¹⁰ VERBICARO, D.; RODRIGUES, L. S. D. S. **Reflexões sobre o consumo na hipermordernidade: o diagnóstico de uma sociedade confessional**. Revista Direito Em Debate, v. 26, n. 48, p. 342-363, 2017.

¹¹ DAMASCENO, Alhen Rubens Silveira. **Resenha do livro: A estetização do mundo: Viver na era do capitalismo artista**. Signos do Consumo, v. 7, n. 1, p. 109-113, 2015.

consumidores veem na aquisição de bens e serviços promovidos pela indústria cultural o único meio de se integrar à sociedade. O maior estímulo à individualidade do sujeito no hipermodernismo modifica o consumo, tornando-o não mais apenas uma necessidade, mas um meio de expressão social. A moda, fomentada pelas potências industriais e midiáticas, torna-se a principal via de construção da afirmação da identidade e status social do indivíduo e motor essencial para o aprofundamento dos padrões consumistas observados na sociedade atualmente¹². Por consequência, esse movimento facilita a moldagem dos comportamentos dos sujeitos de acordo com tendências impostas pela própria indústria.

Analizando, então, a produção industrial em massa do fenômeno da moda, observa-se o reflexo da lógica aceleracionista do consumo, em que a renovação dos bens e a obsolescência programada tornam-se estratégias fundamentais para a manutenção da competitividade das indústrias no mercado. A não adequação a esse sistema contínuo de inovações e ao ciclo constante de substituição dos produtos por parte das indústrias, afeta a capacidade de acumulação de capital, tornando-as insuficientes. A resposta a isso finca-se na promessa de novidades e de exclusividade, estabelecendo uma nova forma específica de consumidores. Esses fatores são característicos na lógica da concorrência e apontam estratégias utilizadas na indústria.

Um fenômeno resultante do imediatismo moderno que intensifica a necessidade constante

¹² LEÃO, Igor. *Reflexões sobre O Império do Efêmero*, de Gilles Lipovetsky. *Economia & Tecnologia*, Curitiba, v. 7, n. 25, p. 2-4, abr./jun. 2011.

por atualizações e por um senso de pertencimento é o FOMO (Fear of Missing Out)¹³, fenômeno que se expressa, principalmente, através da cultura digital, e é definido como uma síndrome caracterizada pela angústia diante da perda subjetiva de possibilidades de consumo, experiências ou informações consideradas significativas. A forte presença das redes sociais e alta conectividade reforçam esse sentimento, criando um ambiente no qual a constante comparação com os outros e a valorização do efêmero aumentam a sensação de urgência e de exclusão. No entanto, essa dinâmica não afeta a todos de maneira igual. A desigualdade estrutural presente na sociedade contemporânea intensifica os efeitos do FOMO, já que aqueles que não conseguem acompanhar o frenético fluxo de informações e consumo enfrentam formas de exclusão social. A dificuldade em acessar bens e experiências torna-se um indicativo de pertencimento, em que a ausência de consumo resulta em uma sensação de inadequação, frustração e marginalização.¹⁴ Tal fragmentação e atomização da sociedade caracteriza o hipermodernismo.

Para um devido aprofundamento desse conceito, temos que entender a relação entre o tempo e o mundo do trabalho. Karl Marx, ao investigar o capitalismo, mostra que o capitalista, o dono dos meios de produção, busca reduzir ao máximo o tempo de trabalho vivo por unidade de mercadoria para aumentar a produtividade do trabalho, aumentando o mais-valor relativo. Aqui

¹³ “Medo de ficar de fora”.

¹⁴ G1. *Fomo: saiba mais sobre a síndrome do medo de ficar de fora, principalmente do mundo digital*. 13 fev. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/saude/noticia/2023/02/13/fomo-saiba-mais-sobre-a-sindrome-do-medo-de-ficar-de-frente-principalmente-do-mundo-digital.ghtml>. Acesso em: 10 fev. 2025.

está uma contradição, porque se reduz relativamente o valor criado por mercadoria, e, além disso, reduz de forma progressiva a quantidade de força humana nos processos produtivos, isso aumenta o exército industrial de reserva, por meio, por exemplo, de demissões crescentes em comparação ao capital empregado. Lipovetsky, no entanto, diferentemente de Marx, ao tratar do tempo e de sua importância para se pensar a vida social, não está pontuando a maior produtividade advinda do aumento do mais-valor relativo; a relação agora é a do indivíduo com o tempo livre. Assim, ele descreve a situação de uma classe média alta que vive no apogeu do *welfare state*. O capital joga seus esforços na colonização da organização da vida privada em diferentes áreas: trabalho, família, férias, ócio, etc.¹⁵ Apesar de haver hoje muitas discussões a respeito de trabalharmos até durante o tempo ocioso, o autor caracteriza que na hipermodernidade o tempo se apresenta em uma contradição, temos aparentemente mais tempo ocioso em comparação ao passado, porém esse tempo é cada vez mais intangível dentro do processo subjetivo: “As contradições objetivas da sociedade produtivista se justapõe agora a espiral das contradições existenciais”¹⁶. Justamente, busca-se preencher esse vazio por meio do hiperconsumismo.

Nesse cenário, Lipovetsky analisa qual é o sujeito que se conforma numa época em que o consumo dos indivíduos na sociedade de mercado é a grande roda que faz girar o funcionamento da vida. Dessa forma, existe um último preceito

moral na vida social: o desejo de refazer eternamente o seu corpo como um corpo jovem. O medievo, em contrapartida, de forma geral, tecia uma série de restrições quanto aos prazeres desenfreados advindos do corpo - justamente, eles não conheciam uma sociedade que dispunha de uma variabilidade enorme de produtos feitos para nichos específicos em prol do maior consumo possível. Em contraponto, na era secularizada, o sujeito deseja consumir eternamente os potenciais de seu corpo, como quem consome uma mercadoria.¹⁷

Uma sociedade cristalizada por esse tipo de relação social não pode senão ter o desejo pelo espírito jovem. O autor caracteriza isso como um medo de perder os sentidos e as emoções da vida com o passar do tempo. Essa jovialidade eterna, tal como prometida pela deusa Calypso a Ulisses no poema homérico, só pode ocorrer numa conjuntura social em que as relações de consumo entraram numa aceleração nunca antes vista na história da humanidade. Uma das preocupações centrais na busca do consumo de si e das coisas de forma cada vez mais intensificada quantitativa e qualitativamente está vinculada a uma questão central: o medo de ter ficado para trás, de ter envelhecido, entrado no esquecimento.

Existe, então, um conflito com o tempo na vida individual: é inegável que o avanço técnico-científico aplicado à comodidade da vida nos livrou de afazeres exigentes dos séculos passados facilitando a vida cotidiana em geral; temos que isso supostamente teria nos herdado um tempo ocioso maior. Mas, na realidade, tal ilusão desaparece, pois a conjuntura social contemporânea enseja-se no fato de que a

¹⁵ LEÃO, Igor. *Reflexões sobre O Império do Efêmero*, de Gilles Lipovetsky. *Economia & Tecnologia*, Curitiba, v. 7, n. 25, p. 2-4, abr./jun. 2011.

¹⁶ LIPOVETSKY, Gilles. *Os tempos hipermodernos*. Tradução de Artur Mourão. Barcarolla, 2004. p. 75.

¹⁷ Ibidem, p.75.

experiência ocorre em um tempo que não contém a si, que é frenético e impossibilita, paradoxalmente, a situação que ocorre apenas quando se tem tempo - o ócio. O horário fixo da telenovela assistida pela família, o horário de trabalho fixo na fábrica que acabava por agenciar todo o resto do horário da vida pessoal, é substituído por um tempo de reprodução da força de trabalho que, na sociedade atual, não deixa de fazer-se sem uma série de tensões - já que seu preenchimento é exigido exclusivamente pelo indivíduo. Essas tensões possuem a pretensão de serem resolvidas pelo hiperconsumo.

O sonho iluminista de saída da menoridade exigida por Kant, requisitando aos indivíduos que eles agissem a partir de suas próprias máximas, é frustrado justamente na hora em que a sociedade consegue entregar para ela o tempo ocioso para ser usado de acordo com a liberdade individual; mas, na verdade, o tempo ocioso resultou na angústia de uma era que surfa na efemeridade do hiperconsumismo. O poder organizador externo advindo das tradições é entregue nas mãos de um individualismo extremo; o que norteia a sociedade é o domínio técnico sobre o espaço-tempo e, com isso, também, o declínio das forças interiores do indivíduo. Lipovetsky alerta: “Testemunho disso é a maré montante de sintomas psicossomáticos, de distúrbios compulsivos, de depressões, de ansiedades, de tentativas de suicídio, para nem falar do crescente sentimento de insuficiência e autodepreciação.”¹⁸

¹⁸ Ibidem, p.83.