



**Severiano, Maria de Fátima Vieira e Alvaro, José Luis. (2006)**  
***Consumo, Narcisismo e identidades contemporâneas. Uma análise psicossocial.*** Rio de Janeiro: EdUERJ.  
**ISBN: 8575110950**

---

**Sônia Maria Guedes Gondim**

Universidade Federal da Bahia  
sggondim@hotmail.com

O ensaio teórico proposto por Maria de Fátima Vieira Severiano e José Luis Alvaro Estramiana tem como principal objetivo proceder a uma análise psicossocial da sociedade contemporânea e seus impactos na construção da identidade pessoal, narcisista e consumista. A referida análise está embasada na articulação de três grandes e complexos temas: pós-modernidade, globalização e novas tecnologias.

O livro de 98 páginas está estruturado em três capítulos, assim distribuídos: 1) O enfoque sociológico sobre a modernidade e pós-modernidade: Implicações psicossociais, 2) Transformação social nas sociedades de consumo contemporâneas: Os processos de globalização e seus efeitos e 3) Sociedade da informação e novas tecnologias. Em cada um deles a abordagem mais ampla do tema se apresenta articulada à discussão do sujeito contemporâneo.

O primeiro capítulo se dedica tanto à caracterização, ao desenvolvimento e à crise da modernidade, quanto ao controvertido debate sobre a pós-modernidade e suas implicações psicossociais, procurando estabelecer relações entre o capitalismo de mercado, o comportamento de consumo, o individualismo e a personalidade narcísica.

No referido capítulo, os autores se mostram cautelosos frente ao discurso da pós-modernidade e oferecem ao leitor um panorama das principais questões e concepções teóricas sobre o tema, acrescentando ponderações críticas bastante pertinentes. Oportunamente, sinalizam que discutir o pós-moderno depende, em parte, do entendimento que se tem do começo e do fim da modernidade. Alguns historiadores situam este período histórico na primeira metade do século XV, outros no século XVII, havendo ainda os que afirmam que a transição com o antigo ocorreu a partir de 1895. Se o seu surgimento é pouco preciso, o seu fim é bem mais controvertido. Se a modernidade é controvertida, quicá a pós-modernidade, que marca duas fortes tendências - uma de ruptura e outra de continuidade - visto que alguns autores acreditam que a modernidade ainda é um projeto inconcluso. Embora o livro não aborde isto de modo direto, há uma controvérsia importante no que tange à homogeneidade desse período histórico que nos permitiria defender duas modernidades. Toulmin (1990) defende esta

posição e afirma que a modernidade tem dois começos: a modernidade humanista e a modernidade racional-científica. A primeira se apoiou em escritores humanistas do século XVI, como por exemplo, Montaigne (1533-1592), Shakespeare (1564-1616), Rabelais (1494-1553) e Erasmus (1469-1536), enquanto a última teve sua origem na filosofia natural de Descartes (1596-1650) e nos fundadores da ciência natural, como por exemplo, Galileo (1564-1642) e, mais tarde, Newton (1642-1727). A distinção das duas modernidades está assentada em três diretrizes: na rejeição da tradição e da superstição, na emancipação da Filosofia da tutela da Teologia e, por fim, na intolerância para com a ambigüidade e a incerteza. Enquanto a modernidade humanista não rompeu com a tradição, nem se emancipou da Teologia e tampouco se mostrou intolerante para com a incerteza e ambigüidade, a modernidade racional-científica, ao contrário, o fez, ao defender a ruptura com a tradição, marcar oposição com a Teologia e ser a favor da razão instrumental e objetiva, na esperança de eliminar as incertezas e ambigüidades.

Ao tomar como base estas duas modernidades, a discussão proposta por Maria de Fátima Vieira Severiano e José Luis Alvaro Estramiana se apóia no controvertido debate sobre a continuidade ou ruptura dentro da modernidade racional-científica (associado a um ideal iluminista), uma das modernidades às quais se refere Toulmin (1990).

Uma dos pontos centrais da pós-modernidade, que advoga a ruptura com a modernidade racional-científica, é a crítica a toda e qualquer autoridade, pois isto significa admitir a existência de um princípio organizador e integrador, assim como a hierarquização do conhecimento e do saber, avaliado negativamente por grande parte dos pós-modernistas. Como alternativa, a pós-modernidade propõe o pluralismo, especialmente para atender à diversidade de interesses e desconstruir o conceito de verdade objetiva. A crítica à racionalidade instrumental e à objetividade implícita aos ideais iluministas também caracteriza o debate da pós-modernidade. O questionamento da autoridade e de qualquer tentativa de hierarquização do saber, e igualmente da validade de princípios gerais e coletivamente compartilhados, enfraquece os vínculos sociais e faz o homem voltar-se para si mesmo. E tal contexto favorece o surgimento da pessoa narcisista, atento apenas aos seus interesses egocêntrico, ao seu prazer imediato e ao seu bem-estar pessoal. Em continuidade a esta linha de argumentação, o ato de consumir é a via pela qual a realização pessoal obtém êxito. O ato de consumir por si só se torna mais importante do que o que se consome. Esta parece ser a tese central do livro. Há um excerto que ilustra de modo resumido o que acabamos de dizer. *“A personalidade narcísica caracteriza-se por uma grande exigência de diversidade e pluralidade. Clama constantemente por auto-realização. Egocentrado, particularista e hedonista, o narcisita busca viver intensamente o momento, desprezando o passado e negligenciando o futuro.”* (p.42). O projeto pós-moderno se concretiza para o indivíduo, na associação entre o ato de consumir e a sua auto-realização. Mas, os autores, apoiados em Lasch alertam para o fato de que este retorno a uma personalidade narcísica é decorrente de uma desilusão dos ideais coletivos e de racionalidade. Instala-se aí uma cultura da sobrevivência, que crê que a individualidade e a felicidade serão alcançadas por meio do ato de consumir.

Seguindo esta estrutura de argumentação, o segundo capítulo é um convite ao leitor para deter-se um pouco mais nas relações entre sociedade de consumo e globalização. Após a caracterização da globalização (difusão econômica e tecnológica) e a menção de suas diferenças com a mundialização (difusão de uma cosmovisão e de padrões culturais), os autores advogam que o processo de homogeneização da cultura, a que almeja a globalização, é obtido mediante o uso de padrões simbólicos a serviço da dinâmica do mercado. Mas, para que tal intento tenha sucesso é necessário

que os indivíduos estejam susceptíveis a este tipo de apelo, e o retorno a uma personalidade narcísica atende a esta necessidade.

Desta maneira, os autores fazem uma crítica àqueles que avaliam ingenuamente a pós-modernidade e a vêem como um avanço no desenvolvimento cultural, por acreditarem que ela propicia maior autonomia e liberdade individual. E finalizam o capítulo fazendo uma excelente articulação das estratégias de homogeneização e heterogeneização utilizadas pelos meios de comunicação, publicitários, indústria cultural e seus significativos impactos na constituição das identidades contemporâneas. Os autores sugerem ainda que a forte associação defendida por alguns pós-modernistas entre, de um lado, a segmentação, e, de outro, a individualidade e a personalização, é de natureza ideológica, vez que o mercado se vale tanto de estratégias de massificação (homogeneização) quanto de segmentação (heterogeneização). Os excertos a seguir expressam de modo claro o que ora dissemos:

*“A globalização não tem por finalidade promover um igualitarismo, mas uma diversidade, que em muitos casos expressa as desigualdades no interior da própria padronização. Daí a complementaridade entre massificação e segmentação.” (p.66.)*

*“As preferências distintas por novos estilos de consumo e a inovação técnica capaz de produzi-los são concebidas como fatores de libertação da individualidade e de diferença cultural. Dessa forma, os critérios de libertação do indivíduo e sua identidade são fundados e constituídos graças as benesses do mercado. ? a partir dele e de sua atual capacidade produtiva diversificada que, enfim, o homem também se diversifica... (p.70)... A lógica da coisificação se faz inconfundivelmente presente nesses discursos: é só à medida que o homem consome mercadores, cujas demandas já foram antecipadas por meio de pesquisas mercadológicas, que ele adquire uma identidade reconhecida... A diversificação está na origem da mercadoria e não na capacidade de livre escolha do homem. Este, ao se diferenciar, continua a ter de se submeter às hierarquias e aos enquadramentos ditados pela estratégias de publicidade e marketing (p.71)”.*

O terceiro capítulo é dedicado a uma discussão da sociedade da informação e das novas tecnologias, cujo foco recai sobre a mídia e o modo como ela estimula o consumo. Os autores fazem uma associação dos princípios da sociedade pós-moderna à valorização da imagem, o que favorece a atitude passiva dos indivíduos. Para sustentar seus argumentos fazem uma articulação da crítica de Humberto Eco sobre o conservadorismo subjacente à educação pela imagem, com o conceito de simulacro de Baudrillard, por forjar uma diferença entre ficção e realidade. Associam também o conservadorismo (de Eco) e o simulacro (de Baudrillard) com o conceito de indústria cultural de Adorno, que privilegia a pseudoformação, ou seja, a informação destituída de sentido e de reflexão crítica.

A principal conclusão do livro é a de que não é possível compreender as subjetividades contemporâneas sem um entendimento mais amplo das mudanças ocorridas nas sociedades, e muito menos concebê-las descontextualizadas de todos os elementos sócio-culturais que as precederam e as dotaram de sentido histórico. Afirmam também que independente de optarem por aderir às crenças daqueles que advogam a ruptura com o modernismo ou daqueles que defendem que o projeto de modernidade ainda não foi satisfatoriamente concluído, consideram ser um fato que a globalização econômica e a mundialização cultural produziram transformações substanciais na forma de pensar, sentir e agir do sujeito contemporâneo.

Para finalizar esta resenha gostaríamos de comentar que a opção de privilegiar o contexto histórico-sócio-cultural na compreensão da identidade pessoal, narcisista e consumista, que cremos servir a contento aos interesses sócio, econômico e políticos, parece ter contribuído para que os autores deixassem de discutir criticamente o conceito de identidade, conceito este dotado de ambigüidade, inclusive entre os estudiosos considerados pós-modernos. Porém, isto de modo algum é um demérito, visto que o leitor tem um benefício direto pela maneira didática e objetiva com que os autores abordam outros temas ambivalentes e complexos, que na maioria das vezes se encontram dispersos na literatura. Em suma, a emergência de um padrão cultural chamado pós-moderno se compatibiliza com a sociedade da informação. Observamos a confluência no culto à imagem, na ênfase na tecnologia e no artificial; na defesa tanto do ecletismo estilístico, do pluralismo das visões de mundo quanto do relativismo dos valores; na ruptura com padrões estabelecidos expressos por uma autoridade e; por último, no retorno à esfera da privacidade e individualidade da pessoa. Enfim, diríamos que os argumentos apresentados no livro nos levam a concluir que este retorno à liberdade individual é caracterizado por uma pseudoindividualidade e pseudoliberalidade.

## Referência

---

Toulmin, S. (1990). *Cosmopolis - The hidden agenda of modernity*. New York: The Free Press.

## Formato de citación

---

Guedes, Sônia Maria (2007). Severiano, M. y Álvaro, J.L. "Consumo, Narcisismo e identidades contemporâneas. Uma análise psicossocial". *Athenea Digital*, 11, 252-255. Disponible en <http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/340/343>.



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons](#).

Usted es libre de copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra bajo las siguientes condiciones:

**Reconocimiento:** Debe reconocer y citar al autor original.

**No comercial.** No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

**Sin obras derivadas.** No se puede alterar, transformar, o generar una obra derivada a partir de esta obra.

[Resumen de licencia](#)

[Texto completo de la licencia](#)