



“Tempo livre” e “tempo do trabalho”: a dissolução das fronteiras temporais

“Leisure” and “working time”: the disappearance of temporal frontiers

Maria de Fátima Vieira Severiano

Universidade Federal do Ceará (Brasil)

José Luis Álvaro Estramiana

Universidad Complutense de Madrid (Espanha)

Resumo

A passagem de uma sociedade do trabalho, centrada em uma ética produtivista, dá lugar a uma sociedade do consumo, hedonista, na qual o tempo livre é consumido como mais uma mercadoria, instrumentalizada pela Indústria Cultural (Adorno). Neste artigo, se defende a tese de que a atual proeminência do tempo livre sobre o tempo do trabalho, somente ocorre porque este se tornou um tempo de produção, viabilizado pelas novas tecnologias, pela indústria cultural e pelo consumo. As categorias analíticas de ambas temporalidades se tornam cada vez mais indistinguíveis, num sistema social e econômico em que predominam a uniformização de um tempo enquanto subproduto da mercantilização. A partir da crítica da cultura frankfurteana e dos conceitos sociológicos de Bauman (sociedade líquida) e Sennett (flexitempo) este artigo analisa as estratégias de invasão do tempo livre pelo trabalho, interpretados não mais como dois polos antitéticos, mas submetidos à mesma lógica produtivista do capitalismo tardio.

Palavras-Chave: Tempo de trabalho; Tempo livre; Sociedade de consumo; Indústria cultural

Abstract

The passage from a working society, centred in an productive ethic, gives way to a consuming and hedonist society in which leisure time is consumed like a merchandise instrumentalized by the Culture Industry (Adorno). In this article we defend the thesis that the prominence of leisure over working time is possible because the former became a productive time by means of the new technologies, the Culture Industry and the consumerism. The analytical categories of both temporalities become even more undistinguishable in a economic and social system dominated by the uniformities of a time which is a sub-product of the merchandising. Making usage of the Frankfurt critic of the culture, the sociological concepts of liquid society (Bauman) and flexi-time (Sennet), this article analyses the invasion of leisure by working time which makes impossible the distinction between them as opposite categories and makes us considering both as part of the same productive logic of late capitalism.

Keywords: Working time, Leisure time, Consuming society, Culture industry

Introdução

“Aproveite o tempo!”: eis o imperativo de nossa época.

Nada causa tanto espanto, indignação e recriação, quanto o tempo vazio, vago, desocupado. É preciso “ganhar tempo!”. Somos constantemente interpelados por todos os meios de comunicação, por nossos pares e por nós mesmos a sermos “pró-ativos”: é imperioso mostrar aptidões, comprovações e resultados.

Tal demanda não se restringe apenas ao tempo dedicado ao trabalho. Nesta era do culto à velocidade prepondera uma “euforia perpétua” (Brukner, 2002), sob a égide de uma Sociedade de Consumo (Baudrillard, 1970/2008) em que somos convocados cada vez mais a sermos eficientes no domínio, uso, ou mesmo “gasto” do “tempo livre”.

Na contemporaneidade é corrente a concepção, principalmente advinda de teóricos que tematizam o ócio, a exemplo de Domenico De Masi (2000), segundo a qual o tempo livre predomina de forma marcante sobre o tempo de trabalho, se tornando a categoria central no atual ordenamento subjetivo e social dos indivíduos.

O argumento da suposta centralidade do tempo livre - eco das inúmeras predições acerca do “fim do trabalho” herdadas do século XX (Antunes, 1998) - aponta principalmente, para as “facilidades” auferidas pelo desenvolvimento exponencial das novas tecnologias informatizadas, para as benesses propiciadas pelo incremento vertiginoso do consumo e para as “múltiplas” ofertas de lazer e entretenimento veiculadas pela indústria cultural. Sob os auspícios dessas três instâncias - as novas tecnologias, o consumo e a indústria cultural - a sociedade teria se tornado mais libertária, plural e democrática. O tempo livre estaria ao alcance de todos!

Ressaltamos de início que, tematizar o tempo no contexto da atual Cultura do Consumo significa primeiramente considerá-lo submetido às leis do valor de troca à semelhança de qualquer objeto de consumo: carros, celulares, computadores, cartões de créditos e corpos idealizados. Isto porque, o tempo, já considerado um valioso bem monetário desde o final do Séc. XVIII, quando Benjamin Franklin

proclama: “Tempo é dinheiro!”, atinge seu ápice nas sociedades atuais tornando-se a mercadoria mais rara e fugidia, na medida em que nem a automatização das máquinas, nem as telecomunicações, tampouco o advento das novas tecnologias - as infovias, a robótica e as redes sociais informatizadas - parecem ter sido capazes de torná-lo abundante! Paradoxo fundamental da vida hipermoderna, em que o homem, agora praticamente um “Deus de prótese”, como vaticinou Sigmund Freud (1980) em “O Mal-Estar na Civilização”, é ainda incapaz de domá-lo ao seu favor, principalmente no que concerne ao gozo de um verdadeiro tempo livre, emancipado das amarras da lógica produtivista.

O tempo e suas formas de organização e medição marcam a história da humanidade, expressando tanto os modos, hábitos e estilos de vida dos grupos sociais, como a própria experiência subjetiva do sujeito no uso, controle e domínio do seu próprio tempo. Neste estudo, interessa-nos principalmente refletir sobre o significado da atual proeminência do chamado “tempo livre” nas sociedades ditas “pós-modernas” como categoria central no atual ordenamento social, em possível “substituição” à importância da categoria de “tempo do trabalho”, vigente na Modernidade.

Tais reflexões têm por referencial teórico de base os teóricos da Escola de Frankfurt, em especial Adorno, Horkheimer e Marcuse, cuja proposta se ancora fundamentalmente na exigência de uma individualidade autônoma, capaz de refletir sobre as próprias vicissitudes da razão no mundo moderno, com atenção especial a certas formas de condução de satisfação *espontâneas* do desejo, aparentemente progressistas e liberais, experimentadas no decorrer do “tempo livre”, mas que ao elidirem o componente reflexivo da razão, em prol de soluções imediatas e regressivas propostas pela publicidade e indústria cultural, nada mais fazem que remeter o indivíduo a situações de menoridade. Para os frankfurtianos, tal como em Immanuel Kant (1985), a emancipação do indivíduo passa, necessariamente, pelo seu “esclarecimento” (*Aufklärung*), que significa:

A saída do homem de sua menoridade, da qual ele próprio é culpado. A menoridade é a incapacidade de fazer uso de seu entendimento sem a direção de outro indivíduo... Sapere aude! Tem

coragem de fazer uso de teu próprio entendimento, tal é o lema do esclarecimento (p. 100).

Ora, vivemos, justamente, na era da tutela dos “personals”: personal training, personal friend, personal trip, personal stylist, personal love e muitos outros “especialistas pessoais” na programação do tempo livre; a exemplo dos gurus da “administração do tempo” David Cottrell e Mark Layton (2004) que publicaram um livro intitulado: *175 Ways to get more done in less time*. (175 Maneiras de fazer mais coisas em menos tempo - tradução nossa)

Diante do exposto, pretendemos defender neste estudo a tese, segundo a qual, a atual proeminência do chamado tempo livre sobre o tempo do trabalho, enquanto um tempo social forte, somente ocorre porque ele se tornou um tempo de produção, viabilizado pelas novas tecnologias, pela indústria cultural e pelo consumo. Não visa à emancipação humana, mas à expansão do mercado.

Ordinariamente, a categoria de “tempo livre” aponta para aquele tempo *disponível* ao homem após as suas atividades laborais. Ou seja, trata-se de um tempo de não trabalho no qual o homem estaria liberto dos constrangimentos do tempo de trabalho, seja para dedicar-se a outras atividades não laborais, seja para o descanso. De acordo com o dicionário sociológico *Wörterbuch der Soziologie*, há várias definições de “tempo livre”, dentre elas: “mero tempo de não-trabalho; tempo para restauração da força de trabalho; espaço para formas de descontração e de divertimento e espaço relacional destinado a fins não ‘objetivos’” (Adorno, 1995, p. 244). O importante, no momento, a ressaltar é que segundo as conceituações acima, neste tempo o homem não estaria sob o domínio da lógica produtivista e do lucro.

No interior deste “tempo livre”, dentre outras categorias, merece destaque o chamado “tempo de ócio” e o “tempo do lazer”. A etimologia da palavra “ócio” é derivada do latim *otium*, que remete à ideia de repouso, contemplação, “nada a fazer”; enquanto que o termo “lazer” também derivado do latim *licere* significa “ser permitido”, “poder”, ligando-se à ideia de “liberdade de fazer” (Padilha, 2000, p. 58). Assim, para autores como Nelson C. Marcellino (1990), em um tempo liberado do trabalho, teríamos a atividade vinculada a um tempo de lazer, enquanto que o

repouso e a contemplação estariam relacionados a um tempo de ócio. Isto pressupõe uma possibilidade de escolha, por parte do indivíduo, entre *entregar-se ao ócio* ou *exercer atividades de lazer*, ambas dissociadas do tempo de produção.

Entretanto, tal esquematismo formal não nos parece corresponder à realidade vigente no capitalismo tardio. Theodor Adorno (1995, p. 70) em seu artigo intitulado “Tempo livre” é veemente ao afirmar que o termo “tempo livre” não pode ser formulado como uma “generalidade abstrata”, estando “determinado desde fora” por um “tempo não livre”, aquele preenchido pelo trabalho. “O tempo livre é acorrentado ao seu oposto”, diz Adorno, tornando-se tão abstrato e alheio ao homem, quanto o tempo de trabalho.

Portanto, quer denominemos “ócio” ou “lazer”, segundo Adorno (1995), o tempo liberado do trabalho encontra-se atualmente sob o “fascínio” do poder do capital, em relação ao qual não teríamos escolhas. Para o autor, as pessoas, “nem em seu trabalho, nem em sua consciência dispõem de si mesmas com real liberdade” (Adorno, 1995, p. 24) Isto porque no decorrer do século XX ocorreu uma migração da lógica mercantil, próprio da esfera do trabalho, também para a esfera da cultural e da vida cotidiana.

A compreensão desse deslocamento de poder do âmbito do trabalho para o mundo da vida foi pioneiramente tematizada pelos frankfurtianos, em especial Theodor Adorno & Max Horkheimer (1947/1985) e Herbert Marcuse (1964/1982), em cujas análises acerca do conceito de “dominação” permitiram àquela época prognosticar os fenômenos contemporâneos implicados nas novas formas de controle social. A análise frankfurtiana, em especial a de Marcuse (1964/1982) evidenciou já anos da década de 50 a ocorrência de um duplo deslocamento nas formas de controle: do econômico para o cultural, assim como das formas explícitas e concretas para as imperceptíveis e simbólicas. Isto quer dizer que, para além da exploração visível das classes operárias da época do capitalismo industrial, esses teóricos denunciaram que a dominação extrapolou os muros das fábricas, passando a abranger a esfera privada, desta feita de forma sutil, através da manipulação da própria subjetividade humana e da gratificação dos desejos, via indústria cultural e do entrete-

nimento. Para Adorno & Horkheimer (1947/1985, p. 128):

A diversão é o prolongamento do trabalho sob o capitalismo tardio. Ela é procurada por quem quer escapar do processo de trabalho mecanizado, para se por novamente em condições de enfrentá-lo. Mas, ao mesmo tempo, a mecanização atingiu um tal poderio sobre a pessoa em seu lazer e sobre sua felicidade, ela determina tão profundamente a fabricação das mercadorias destinadas à diversão, que esta pessoa não pode mais receber outra coisa senão as cópias que reproduzem o próprio processo do trabalho.

Portanto, a invasão do tempo livre pela lógica produtivista e instrumental da indústria cultural, do consumo e das novas tecnologias ocorre mediante um dado ordenamento do tempo advindo, principalmente, dessas três instâncias.

Indústria Cultural, Consumo e Novas Tecnologias

A *tecnologia* teria por função *economizar* tempo aos que dela se utilizam e se fazem pagar em função disso. Os objetos técnicos fariam render mais tempo livre. Portanto, o exponencial avanço tecnológico contemporâneo teria alargado o tempo livre, propiciando múltiplas opções de ocupação, predominantemente vinculadas ao consumo.

Para Adorno, Horkheimer e Marcuse a técnica não pode ser pensada como um conceito absoluto, independente de sua condição histórica e dos fins a que ela serve. Marcuse é veemente em sua assertiva de que a tecnologia é, antes de tudo, concebida como um *Projekt*, ou seja, nela são projetados os interesses dominantes da sociedade e suas intenções com relação aos homens e às coisas. Portanto, no modo de produção capitalista, a racionalidade da técnica é identificada com a própria racionalidade da dominação, na medida em que o enorme poder dela derivada sempre representou o poder dos grupos economicamente mais fortes sobre a sociedade. Vejamos o que nos diz Marcuse a este respeito:

A racionalidade tecnológica ter-se-á tornado racionalidade política... O aparato técnico de produção e distribuição não funciona como a soma total de meros instrumentos que possam ser isolados de seus efeitos sociais e políticos, mas como um sistema que determina, a priori, tanto o produto do aparato como as operações de sua manutenção e ampliação. Nessa sociedade, o aparato produtivo tende a tornar-se totalitário no quanto determina não apenas as oscilações, habilidades e atitudes socialmente necessárias, mas também as necessidades e aspirações individu-

ais... A tecnologia serve para instituir formas novas, mais eficazes e mais agradáveis de controle social e coesão social (1964/1982, pp. 14-19).

No que concerne ao *consumo*, este se apresenta como principal atividade do tempo livre, transformado em lazer programado. Trata-se da ordenação do consumo do tempo “improdutivo”, aquele liberado do trabalho, para torná-lo um “tempo de produção” exatamente no coração do tempo livre, a partir do que Baudrillard (1970/2008) denominou: 1. Do consumo de *mercadorias* - da esfera do valor de câmbio, das trocas econômicas e 2. Do consumo de *signos* - da esfera do valor de distinção, de status e de reconhecimento social. Este último significa que o consumo não se expressa apenas como valor de uso ou troca mercantil, mas como um “valor-signo”, orientado por um sistema distintivo de imagens de marca, ditado pela moda, que tem por função atribuir significados ao indivíduo, de acordo com os atributos subjetivos e de prestígio social, agregados ao produto. É desta forma que atributos tais como liberdade, potência, reconhecimento social e afetivo, sensualidade, singularidade, felicidade, dentre outros, são imputados aos produtos, como se emanassem *naturalmente* do próprio objeto - uma expressão contemporânea do fetichismo da mercadoria.

O fetichismo da mercadoria em Karl Marx (1984) consistia precisamente numa espécie de inversão das relações reais entre os homens, que ficam ocultas, sob a forma da mercadoria. Esta, em sua aparência, passa a apresentar apenas uma relação entre coisas, quando na realidade, nela estão representadas as relações entre os trabalhadores e o dispêndio da força humana de trabalho; ou seja, características sociais são apresentadas como características materiais, reduzidas a um único denominador comum que é o dinheiro - o valor de troca da mercadoria. Entretanto, nas sociedades contemporâneas, não é apenas na esfera do trabalho que incide o fetichismo da mercadoria. Ou melhor, o fetichismo da mercadoria não oculta mais unicamente as relações de produção, mas expande-se para a esfera da cultura e da vida cotidiana passando também a alienar os próprios ideais e desejos dos indivíduos. A isto denominamos de o *duplo fetichismo* (Severiano, 2001) em que estão alienadas na mercadoria não apenas as relações sociais de produção, mas a própria subjetividade humana, na medida em

que atualmente são os próprios objetos e serviços de consumo que fornecem significados ao homem. “Diz-me com o *que* andas e te direi *quem* és”; proclama um out door numa metrópole brasileira.

Os estudos acerca da Cultura do Consumo (Severiano, 2001) buscam, justamente, questionar esse atual fascínio exercido pelos objetos de consumo por sobre os indivíduos, assim como as implicações psicossociais decorrentes de um modo de subjetivação fundado predominantemente sob a égide do mercado, o qual subordina o desejo aos seus fins; com a ressalva de que o termo “Sociedade de Consumo” não significa o estabelecimento de um mundo de abundância (em que todos consomem), mas um mundo em que o consumo se estabelece como fonte de referência identitária, mesmo naqueles que não podem comprar, uma vez que também consumimos imagens, lugares, tempos, pessoas e estilos de vida que por sua vez, significam e prescrevem determinados ideais, modos de ser, estar, amar e sentir.

Por fim, o termo *indústria cultural* foi cunhado por Adorno & Horkheimer (1947/1985) a fim de substituir a expressão “cultura de massa” e denunciar o caráter compulsório da mesma. Constitui-se em um mecanismo dos mais eficazes no controle do tempo livre na medida em que transforma bens culturais e simbólicos em mercadorias. É organizada de forma racional e instrumental a partir do alto, segundo interesses do capital, entretanto se apresenta enquanto emanção dos desejos dos consumidores. Também organiza formas de ser, pensar e sentir no interior do tempo livre, produzindo subjetividades homogeneizadas nos múltiplos segmentos e estilos de vida, sob a égide do mercado.

Em vista do exposto, postulamos que o deslocamento de foco da produção para o consumo - do tempo de trabalho para o tempo livre - se constitui em mais uma estratégia do capital para expandir os lucros e minar resistências. Isto não implica em ausência de controle, mas apenas expressa a expansão da lógica instrumental e produtivista para todas as esferas do mundo de vida, viabilizada justamente pelas novas tecnologias informatizadas, pelo consumo enquanto produtor de identidades e pela Indústria Cultural, desdobrada em indústria da beleza, do lazer e do turismo.

Neste sentido, se nos dois últimos séculos era o domínio do tempo de trabalho dos outros que propiciava aos capitalistas o poder inicial de se apropriar dos lucros para si, acresce-se hoje uma nova fonte privilegiada de poder: o domínio do tempo liberado do trabalho dos outros, via indústria do consumo e do lazer programado, transformado em potente força produtiva.

Trata-se da atual versão da “modernidade líquida” descrita por Zygmunt Bauman (2008), segundo a qual se assistiria a uma espécie de *rompimento* entre capital e trabalho, na medida em que a reprodução do capital não se daria mais unicamente na esfera do trabalho.

O Capitalismo flexível e suas estratégias de cooptação do tempo livre

A partir da década de 80, no chamado capitalismo flexível, a antiga cadeia de montagem fordista é paulatinamente substituída pela *toyotização*. Desenvolvida a partir dos recursos da informática, da microeletrônica e da robótica, esta nova reestruturação na divisão do trabalho passa a adequar a oferta de bens de consumo a nichos muito específicos, produzindo mercadorias *personalizadas* em curtos espaços de tempo e sem perder o nível de produtividade fordista (Ortiz, 1994). Esta adaptação muito rápida no atendimento das variações da demanda da clientela tornou o consumo uma força ainda mais imperiosa na cadeia de produção, inaugurado uma “nova ética” do trabalho: não mais aquela fundada na ética puritana: racional, prudente e asséptica do capitalismo industrial, mas uma outra, hedonista e hierárquica, voltada para o dito consumo individualizado, diferenciado e segmentado, em que o prazer de consumir passou a constituir-se em um fim em si mesmo, tornando-se uma prática imperativa do tempo do lazer.

Isto se tornou um dispositivo fundamental na conquista do tempo livre pela lógica do capital, dissipando as fronteiras entre “tempo do trabalho” e “tempo livre”, entretanto, notoriamente a favor do primeiro. Se no tempo do trabalho a racionalidade é instrumental, com fins de eficácia e realização do capital, no atual “tempo livre”, o apelo ao desejo e aos ideais se faz constante, sendo disseminado em larga escala pela publicidade.

Essa atmosfera de fascínio que permeia o consumo, e mais nitidamente o consumo do

lazer, oblitera o fato de que produção e consumo fazem parte de uma mesma totalidade indissociável, de um mesmo sistema - o capitalista. O fato de o capital inserir-se no tempo livre, não significa que ele libertou-se; significa sim, que ele subordinou o tempo livre à lógica do lucro e da produtividade. O capital “viaja leve” para mais sutilmente inserir-se definitivamente no tempo livre, diluindo as antigas formas de divisão do trabalho e inserindo o capital agora também na esfera privada - no âmago do desejo, da fantasia e dos ideais.

A noção de *flexitempo* descrita por Richard Sennet (2010) é bastante esclarecedora a este respeito, visto que explicita as novas estratégias de dominação vigentes. Trata-se de uma nova forma de organização do tempo no chamado capitalismo flexível em que os turnos fixos são substituídos de várias maneiras por turnos flexíveis: desde a escolha de horários de trabalho ao longo da semana, a compressão do tempo de trabalho em mais horas diárias e em menos dias, até o *trabalhar em casa*. Apesar de tal organização ter uma aparência de liberação do tempo de trabalho, subvertendo rotinas e propiciando opções de escolhas, o referido autor, denuncia esta forma de organização como um engodo:

Um trabalhador em flexitempo controla o local do trabalho, mas não adquire maior controle sobre o processo de trabalho em si... A supervisão do trabalho muitas vezes é na verdade maior para os ausentes do escritório que para os presentes... Os trabalhadores assim, trocam uma forma de submissão ao poder - cara a cara - por outra, eletrônica... A “lógica métrica” do tempo de Daniel Bell passou do relógio de ponto para a tela do computador. O trabalho é fisicamente descentralizado, o poder sobre o trabalhador mais direto (Sennet, 2010, pp. 68-67).

Portanto, a atual dominância do tempo livre e a redução da jornada de trabalho somente são possíveis porque se tornaram inócuas para o desenvolvimento do capital. A flexibilização libertou os controles da medição do tempo de trabalho, produzindo tanto um incremento do consumo *no* lazer, quanto a elevação do consumo *do* lazer, transformando toda a esfera do chamado tempo livre em força produtiva e desejo por posses.

Adorno aponta para uma outra possibilidade de interseção entre tempo de trabalho e tempo livre, quando admite, inclusive exemplificando com a sua própria atividade intelectual de professor, a possibilidade de exis-

tência de um trabalho criativo e reflexivo que não estaria em estrita oposição ao tempo livre, mas que se distinguiria notoriamente do que à época se denominava por “hobby”. A este respeito Adorno afirma:

Aquilo com o que me ocupo fora da minha profissão oficial é, para mim, sem exceção, tão sério que me sentiria chocado com a ideia de que se tratasse de ‘hobbies’, portanto ocupações nas quais me jogaria absurdamente só para matar o tempo.... Compor música, escutar música, ler concentradamente, são momentos integrais da minha existência, a palavra ‘hobby’ seria escárnio em relação a elas. Inversamente, meu trabalho, a produção filosófica e sociológica e o ensino na universidade, têm-me sido tão gratos até o momento que não conseguiria considerá-los como opostos ao tempo livre, como a habitualmente cortante divisão requer das pessoas (1995, p. 72).

Aqui ambas as temporalidades estariam *mescladas*: a gratificação de realizações pessoais no próprio interior do trabalho confundir-se-ia com o exercício de atividades fora dele, constituindo-se momentos integrais da vida. (Adorno, 1995).

Adorno (1995, p. 70), ao comparar o tempo livre com o tempo do ócio, afirma que este último, tradicionalmente sempre foi concebido como: “um privilégio de uma vida folgada e, portanto, qualitativamente distinto e muito mais grato, mesmo desde o ponto de vista do conteúdo”. Neste caso, a contemplação, a fantasia, o descanso e a reflexão criativa sobre a própria vida e a realidade teriam proeminência, estando este tempo desacorrentado das amarras do capital.

É neste sentido que podemos entender a afirmação de Adorno (1995, p. 73), segundo a qual: “Toda mescla, aliás, toda falta de distinção nítida, inequívoca, torna-se suspeita ao espírito dominante. Essa rígida divisão da vida em duas metades enaltece a coisificação que entrementes subjogou quase completamente o tempo livre”. Entretanto, como já exposto, contemporaneamente observamos uma tendência à diluição desta divisão da vida em duas metades. Tempo de trabalho e tempo livre se mesclam e se fluidificam no capitalismo dito flexível.

Esta *mescla* hoje, porém, longe de realizar o ideal adorniano reafirma sua suspeita: “a suspeita de que o tempo livre tende em direção contrária à de seu próprio conceito, tornando-se paródia deste. Nele se prolonga a não-liberdade” (Adorno, 1995, p. 71).

As formas de prolongamento da *não-liberdade* e as estratégias de invasão da lógica produtivista em todas as esferas do mundo da vida podem ser observados em vários níveis do nosso cotidiano.

A *primeira estratégia* de invasão, em sua forma mais direta, ocorre quando as atividades laborais se estendem sorrateiramente, via novas tecnologias, seja através das redes informatizadas, seja através dos celulares sempre *anteados*, para o âmbito, não apenas dos lares, mas em aeroportos, consultórios e áreas de lazer; “disponibilizando” o trabalhador praticamente 24 horas por dia. Trata-se de “servidão voluntária” (La Boétie, 1986) do homem no dispêndio de seu tempo livre com ocupações de trabalhos extenuantes, via as novas *coleiras eletrônicas*: celulares e computadores.

A *segunda estratégia* relaciona-se com as atividades de consumo de bens e serviços que ocupam a quase totalidade do “tempo livre” dos contemporâneos, orquestrada pela indústria cultural, pela indústria da beleza e da saúde, do turismo, do lazer, dentre outras.

Aqui, as estratégias cada vez mais se sofisticam, na medida em que até mesmo o ato de ‘ir às compras’ não requer mais qualquer deslocamento; as compras vêm até você, queira ou não queira através da invasão computadorizada dos mais recentes sites de “compras coletivas” que insistentemente nos oferece centenas de promoções as mais diversas a baixos custos, gerando compulsões às compras e produzindo sentimentos de *ter ficado para trás*, caso não se aproveite tamanha *dádiva*!

Observa-se também uma *terceira* modalidade distinta de consumo, que não é de objetos ou serviços, mas de pessoas que se consomem aos moldes das mercadorias. Referimo-nos a uma certa mercantilização dos afetos vigentes nas relações interpessoais, as quais seguem o “princípio de equivalência” (Adorno, 1995) entre valores de troca, que rege as mercadorias, na qual coisas e pessoas estão igualadas sob a égide de um “equivalente geral” (o dinheiro), que transcende qualquer particularidade ou afeto e onde amigos e amores são coisificados, descartados e liquidificados no turbilhão veloz dos efêmeros encontros presenciais ou conexões virtuais.

Por fim, há também uma *quarta estratégia*, que se diz respeito à intensificação da lógica

produtivista no interior do trabalho intelectual - um campo tradicionalmente privilegiado pela capacidade de impor um pensamento libertário e por uma tensão crítica à colonização da racionalidade mercantil. É o que observamos de perto com a invasão vertiginosa que hoje presenciamos da ideologia de mercado na academia, no âmago da atividade intelectual de docentes e discentes, em especial nas Pós-graduações, com sempre mais trabalho, apesar de todo o aparato tecnológico hoje disponível ou, justamente, por causa dele; implicando na redução de prazos em todos os níveis: da entrega de relatórios ao encurtamento do tempo na formação de mestres e doutores. Trata-se da lógica produtivista no âmago das universidades.

Vejamos um trecho de “*Reféns da produtividade sobre produção do conhecimento, saúde dos pesquisadores e intensificação do trabalho na pós-graduação*” de Lucídio Bianchetti e Ana Maria Netto Machado (2010):

Na PG, a redução de prazos implicou justamente um prolongamento e intensificação da jornada de trabalho dos orientadores/pesquisadores. Com exigências draconianas e o suporte de uma nova base tecnológica, consegue-se hoje dedicar menos tempo a uma série de tarefas, sobrando mais tempo para... mais trabalho ou trabalho excedente. Por outro lado, pensava-se uma década atrás que os artefatos tecnológicos seriam responsáveis por um tempo maior de ócio ou lazer e propiciariam a redução da jornada de trabalho (De Masi, 1999). Porém, tal previsão mostrou-se equivocada. O ócio esperado tornou-se desemprego e o trabalho informal, precarizado gerou uma jornada que não precisa ser controlada por relógios-ponto ou chefias, nem precisa de local de trabalho presencial. A vida privada foi invadida; diluíram-se os limites entre o local de trabalho e o lar. Com o suporte das chamadas novas tecnologias o trabalho acontece em qualquer tempo e lugar, não raro invadindo o tempo do necessário sono (parr. 10).

Em todos os casos é notória a invasão e intensificação da lógica produtivista no interior ou para além da esfera do trabalho, mesclando as fronteiras entre “tempo de trabalho” e “tempo livre”, agora sob a forma de controle.

Talvez o atendimento irrefletido dessas demandas se deva, em grande medida, à intensa veiculação midiática de ideais identitários próprios à lógica produtivista no interior da esfera privada, incitando ao empreendedorismo, à pró-atividade, ao investimento pessoal, dentre outros ideais. Aqui a ideologia neo-liberal ao mesmo tempo em que enfraquece a esfera pública a partir de um Estado

mínimo, dessolidarizante e moralista, engolfa o homem em uma multiplicidade de mandatos e obrigações cotidianas inatingíveis, fazendo-o sentir-se sempre atrasado e insuficiente.

Evidencia-se, nesse contexto, o que Marcuse prognosticou em sua concepção de tecnologia enquanto um *Projekt*, apontando para os riscos de uma consciência domesticada:

Toda libertação depende da consciência da servidão... A eleição livre dos senhores não abole os senhores ou os escravos. A livre escolha entre ampla variedade de mercadorias e serviços não significa liberdade se esses serviços e mercadorias sustentam os controles sociais sobre uma vida de labuta e temor... apenas testemunha a eficácia dos controles sociais (1964/1982, p. 28).

Reflexões finais - O tempo livre consumido

A atual escalada vertiginosa das novas tecnologias - outrora uma utopia liberadora do "tempo livre", a partir da automação do trabalho - diluiu sutilmente as fronteiras entre tempo de trabalho e "tempo livre" não como realização dos ideais emancipatórios, tampouco em prol da liberdade de usufruto do "tempo livre". Trabalho e "tempo livre" hoje se fundem em prol do capital.

Aqui não está em pauta a ampliação de um "tempo do ócio", aquele do descanso, da reflexão, da contemplação, enquanto temporalidade libertária e criativa, própria de homens não tutelados; o que está em vigor é um tempo não livre, em que, como já nos alertara Adorno (1995, p. 73): "por baixo do pano, porém, são introduzidas, de contrabando, formas de comportamento próprias do trabalho, o qual não dá folga às pessoas".

Hoje, vivemos ainda mais acorrentado à lógica produtivista, com mecanismos mais controladores, posto que os agentes de dominação se tornaram não apenas impessoais, mas a totalidade do sistema parece se ofertar em soliditudes. Ainda mais do que na época de Adorno, todas as "atividades" requerem programação: prescrita pela mídia, pelas celebrações, pelos esteticistas, pelos nutricionistas, pelos *personal trainings*, pelas agências de turismo, pelos *promoters* de festas... Não há "desperdício" de tempo!

Se nos sécs. XVII e XVIII a ética protestante prescrevia que o trabalhador não deveria desperdiçar tempo no mercado, comprando; se a

diversão era vista como um perigo e o repouso e a ociosidade uma "oficina do diabo"; hoje a lógica se inverte: devemos comprar, devemos nos divertir e devemos descansar! Desde que seja... comprar no shopping X, divertir-se ao som do *hit parade* Y, descansar no *Resort* Z, com passagens da companhia X, usando marcas da *griffe* Y. Ou seja, compramos constantemente o tempo do lazer; nele, mesmo em *repouso*, não há prejuízos. Continuamos *trabalhando* para a produtividade do sistema através do *consumo* do/no tempo livre.

Neste caso, a atualidade da afirmação de Galbraith é evidente:

O indivíduo serve o sistema industrial, não pela oferta das suas economias e pelo fornecimento de capitais, mas pelo consumo dos seus produtos. Por outro lado, não existe qualquer outra atividade religiosa, política ou moral para a qual seja preparado de maneira tão completa, tão científica e tão dispendiosa (citado por Baudrillard, 1970/2008, p. 99).

Referências

- Adorno, Theodor & Horkheimer, Max (1947/1985). *Dialética do Esclarecimento: Fragmentos Filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Adorno, Theodor (1995). Tempo Livre. Em *Palavras e Sinais: modelos críticos 2* (pp. 70-82). Rio de Janeiro: Vozes.
- Antunes, Ricardo (1998). *Adeus ao trabalho? Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho*. Campinas: UNICAMP.
- Baudrillard, Jean (1970/2008). *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Edições 70.
- Bauman, Zygmunt (2008). *A Sociedade Individualizada: vidas contadas e histórias vividas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Bianchetti, Lucídio & Netto Machado, Ana Maria (2010). *Trabalho e Educação / n.09*, Consultado em 9/10/2010, em: <http://www.anped.org.br/reunioes/30a/trabalhos/GT09>
- Brukner, Pascal (2002). *A Euforia Perpétua: ensaios sobre o dever da felicidade*. Rio de Janeiro: DIFEL.
- Cottrele, David & Layton, Mark (2004). *175 Ways to get more done in Less time*. Dallas: CornerStone Leadership Institute.
- De Masi, Domenico (2000). *O Ócio Criativo - entrevista a Maria Serena Palieri*. Rio de Janeiro: Sextante.

- Freud, Sigmund (1980). *O mal-estar na civilização*. (Edição Standard Brasileira das Obras Completas de Sigmund Freud. Vol. 21): Rio de Janeiro: Imago.
- La Boétie, Etienne (1986). *Discurso da servidão voluntária*. São Paulo: Brasiliense.
- Padilha, Valquíria (2000). *Tempo Livre e Capitalismo: um par imperfeito*. Campinas, SP: Editora Alínea.
- Kant, Immanuel (1974). Resposta à pergunta: Que é o esclarecimento? Em Carneiro, L (Org). *Textos seletos*. Rio de Janeiro: Vozes.
- Marcellino, Nelson C. (1990). *Lazer e Educação*. Campinas, SP:Papirus.
- Marcuse, Herbert (1964/1982). *A Ideologia da Sociedade Industrial: O Homem Unidimensional*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Marx, Karl (1984). Fetichismo e Reificação. Em Octavio Ianni (Org.), *Sociologia*. (PP. 295-319). São Paulo: Atica.
- Ortiz, Renato (1994). *Mundialização e Cultura*. São Paulo: Brasiliense.
- Sennett, Richard (2010). *A Corrosão do Caráter: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Record.
- Severiano, Maria de Fátima Vieira (2001). *Narcisismo e Publicidade: uma análise psicossocial dos ideais do consumo na contemporaneidade*. São Paulo: Annablume.



MARIA DE FÁTIMA VIEIRA SEVERIANO

Psicóloga, graduada pela Universidade Federal do Ceará (1982), com doutorado em Ciências Sociais Aplicadas à Educação pela Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP (1999) e com doutorado sanduíche no Depto. De Psicologia Social da Facultad de Ciencias Políticas y Sociología da Universidad Complutense de Madrid; possui também especialização em Sociología del Consumo e Investigación de Mercados realizado nesta última universidade. É Professora Associada III da Universidade Federal do Ceará no Departamento de Psicologia e Programa de Pós-Graduação desta Instituição. Ex-coordenadora do Mestrado em Psicologia, ministra disciplinas na área de Psicologia Social, Sociedade de Consumo e Comunicação Social. Coordenadora do Laboratório em Psicologia, Subjetividade e Sociedade (LAPSUS) e líder de Diretório de Pesquisa CNPq: “Psicologia, Subjetividade e Sociedade”. Realiza pesquisas na linha de Cultura e Subjetividades Contemporâneas, investigando principalmente temas relacionados ao contexto urbano: Cultura do consumo, Mídia, Publicidade, Indústria cultural, Novas tecnologias, Culto ao corpo e Temporalidades contemporâneas. É autora do livro “Narcisismo e Publicidade: uma análise dos ideais do consumo na contemporaneidade”, editado por AnnaBlumme (SP) e Siglo XXI (Espanha/Argentina) e do livro “Consumo, Narcisismo e Identidades Contemporâneas” EDUERJ (RJ).

JOSÉ LUIS ÁLVARO ESTRAMIANA

Catedrático de Psicología Social. Departamento de Psicología Social. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología

ENDEREÇO DE CONTATO

jlalvaro@cps.ucm.es

FORMATO DA CITAÇÃO

Vieira Severiano, Maria de Fátima e José Luis Álvaro Estramiana (2012). “Tempo livre” e “tempo do trabalho”: a dissolução das fronteiras temporais. *Quaderns de Psicologia*, 14(2), 67-76. Acesso em [dia] do [mês] do [ano], de <http://www.quadernsdepsicologia.cat/article/view/1138>

HISTÓRIA EDITORIAL

Recebido: 29/09/12
1ª Revisão 22/11/12
Aceitado: 22/11/12