Sociólogo Michel Maffesoli investiga a nova sociedade criativa

Sociologia

Enviado por: _elisandraangrewski@seed.pr.gov.br

Postado em:21/08/2018

Houve um tempo, no século 20, que operários franceses passaram, por força de lei, a ser pagos durante um período no qual não trabalhavam. O objetivo da legislação que criou as férias remuneradas, em 1936, era permitir aos trabalhadores que usufruíssem do lazer e recarregassem suas baterias para retornar à labuta com alto grau de produtividade. Hoje, pouco menos de 100 anos depois, trabalhamos para garantir o melhor lazer possível, em viagens de turismo ao outro lado do planeta. A evolução do lazer, do turismo e do trabalho serão temas da conferência do sociólogo francês Michel Maffesoli, professor emérito da Sorbonne, no Congresso Mundial de Lazer, a ser realizado pela Organização Mundial do Lazer entre 28 de agosto e 1.º de setembro no Sesc Pinheiros. Intelectual que descreveu “o tempo das tribos”, Maffesoli tornou-se uma referência para quem estuda pós-modernidade, tribalismo, nomadismo e o hedonismo típicos de nossa época. Segundo Maffesoli, “a sociedade do lazer é uma espécie de apogeu da sociedade do consumo, da sociedade produtivista moderna”. Em entrevista exclusiva ao Estado, o autor de, entre outros, O Tempo das Tribos, explica como o valor ‘trabalho’ está sendo superado pela perspectiva do ócio, essência da criatividade. Qual será o tema de sua conferência em São Paulo? O que é o lazer na era da globalização. Eu retomo minhas ideias de base. Retomo a ideia de Ortega y Gasset sobre o ‘imperativo atmosférico’, ou seja, o ambiente, o clima no qual estamos mergulhados. Vou fazer uma crítica da sociedade do lazer e ela marca o fim da sociedade do consumo. No fundo, o lazer se inscreve em uma espécie de prevalência de consumir – que sejam bens, objetos ou o lazer. Em oposição a isso, no clima atual, na vida cotidiana, há um retorno do ‘otium’ (ócio), ou seja, do desejo da criatividade. Em uma palavra, para usar uma frase de Nietzsche, a vontade de fazer de nossas vidas uma obra de arte. Em torno do lazer consumível, há um retorno à natureza, por exemplo. Cada vez mais as férias são menos o consumo do lazer – ir à praia ou coisas do gênero – e cada vez mais atividades que valorizam o ‘otium’, ou seja, a criatividade. Essa é a minha tese geral. Não estamos em uma sociedade do lazer, mas em uma sociedade criativa. Uma sociedade criativa e, ao mesmo tempo, hedonista. Claro! Para mim, o denominador comum de tudo isso é Dionísio. Na sociedade do consumo, do trabalho, a figura que predominava era Prometeu, a figura emblemática do trabalho, símbolo da indústria. Hoje eu vejo cada vez mais espaço à dimensão dionisíaca, hedonista. Para mim, é isso o espírito do tempo, o ‘imperativo atmosférico’. O senhor trabalhou também muito sobre a ideia do nomadismo. O turismo, como manifestação maior do lazer, é uma espécie de nomadismo efêmero do nosso tempo, não? Sim. A palavra turismo, no século 19, significava dar uma volta. Os ingleses começaram a fazer viagens à Itália, à Grécia – lugares culturais que simbolizavam a criatividade. Vivemos em uma época de nomadismo exacerbado, que vai junto com o tribalismo. É engraçado ver que as viagens se dão com muita frequência em grupos, ou seja, em tribos que se encontram pelo prazer das férias. Nesse sentido, o lazer é a manifestação do nomadismo, do tribalismo e do hedonismo. Eis o que eu considero de alguma forma a sociedade da criatividade. Mesmo que partamos sozinhos, fazemos parte de uma tribo que parte a algum lugar. De alguma forma, um lugar

estabelece a ligação (‘le lieu qui fait le lien’, em francês) entre as pessoas, não? Sim, ou partimos com nossa tribo, nossos amigos, ou buscamos uma tribo que vai se criar na praia, nas caminhadas na montanha. Há uma dimensão tribal no turismo e no lazer. O senhor fala de ‘lugares empíricos’, ‘espaços festivos’, os ‘territórios urbanos’. Todas essas ideias podem ser aplicadas ao turismo e ao lazer, não? Totalmente. O que eu considero interessante é que procuramos lugares simbólicos que nos aportam uma forma de regeneração, de conforto, e logo de vínculos na tribo. Tomemos o exemplo a peregrinação de Santiago de Compostela, na Espanha, sobre o qual falarei na conferência. Um estudo indicou que 70% das pessoas que fazem a peregrinação não são cristãs praticantes. Ou seja, elas não são movidas por uma fé, uma crença, uma ideologia cristã, mas apenas pelo fato de que, fazendo essa caminhada, a cada escala encontramos o outro. É muito típico do tribalismo e do nomadismo. Nas grandes cidades contemporâneas nós estamos isolados, solitários, mas graças ao nomadismo nós vamos reencontrar o outro, no mesmo momento em que partilhamos um local de encontro. Santiago é o modelo típico do lugar estabelece a ligação. E isso vivendo o ‘aqui e agora’, ou seja, o tempo presente. Sim, a temporalidade pós-moderna por excelência é a acentuação do presente. A palavra que emprego vem do latim: a intensidade das relações. Esses locais, como Santiago de Compostela, favorecem a intensificação das relações. E essas relações vão perdurar. Não é apenas uma sociabilidade que se cria e que depois se desfaz, como as reuniões políticas, mas um encontro com outro grau de intensidade. Quando retornamos às nossas vidas, mantemos os vínculos com as pessoas que cruzamos em um percurso como o de Santiago de Compostela. O desenvolvimento da internet permitiu, inclusive, que essas relações se prolonguem no tempo. Os millenium, a geração sobre a qual tanto se fala, não são a tradução de todos esses valores? Creio que neste momento estamos superando a sociedade do consumo. É por isso que vou falar em São Paulo da sociedade criativa. Na sociedade do consumo, nós consumimos, nós engolimos. Na sociedade criativa, que se traduz muito claramente na geração Millenium, vemos não uma recusa do consumo, o que seria muito difícil de afirmar, mas um abandono progressivo do consumo, que nem é intencional. Observe que as pessoas já não têm mais tanto interesse em gastar suas vidas tentando ganhá-las. As jovens gerações não estão mais apenas limitadas a uma atitude puramente consumista. Há uma dimensão muito mais nômade, tribal, hedonista. Por isso Santiago de Compostela é um exemplo tão bom: há uma caminhada, um esforço, mas também uma manifestação de criatividade. Nesse sentido o lazer seria um passo a mais na desconexão do homem em relação às ideologias, às causas, às bandeiras? Para mim, trata-se da saturação do que é moderno. Na França, quando houve a revolução das férias remuneradas, quando os socialistas chegaram ao poder e criaram essa bela iniciativa, operários começaram a partir às praias. O lazer, nessa época, reconstituía as energias para o trabalho. Hoje é exatamente o contrário: nós trabalhamos para pagar o lazer, economizamos para viajar a Bali. No que eu chamo de sociedade da criatividade, trabalhar serve, além de ganhar a vida, para economizar e nos permitir gastar no lazer. Para mim, aí está uma ilustração da saturação do mundo moderno. O mundo moderno repousava sobre o valor ‘trabalho’, que é a grande ideia de Marx. Na pós-modernidade, ou seja, na saturação da modernidade, o que ganha espaço é a criatividade.
Esta notícia foi publicada em 20/08/18 no site https://cultura.estadao.com.br/noticias/geral,sociologo-michel-maffesoli-investiga-a-nova-sociedade-criativa,70002464279. Todas as informações são de responsabilidade do autor.