



Ten a ética unha oportunidade nun mundo de consumidores?

Que temos que facer?

Cada quen presentou e defendeu unha teoría ética. Un sistema de pensamentos que nos axudan a clarificar racionalmente “**que hai que facer para sermos seres humanos bos, valiosos e respectables?**”; tamén “**como podemos coñecer o que é bo, xusto e valioso?**”; e se as normas que xurdan desa reflexión servirían para calquera ser humano en calquera sociedade e en calquera momento histórico: “**son posibles as normas morais universais?**”

Estas clarificacións racionais son feitas por persoas que viven nunha sociedade concreta e nun momento histórico específico...Logo se a **caracterización que fai Bauman do momento que nos tocou vivir é axeitada... Teñen cabida as preguntas formuladas mais arriba e a maneira de entendelas das nosas teorías no mundo actual?**

Como nos ve Bauman?

Vivindo nunha sociedade “postmoderna” onde toda a nosa vida está sendo construída, dende o primeiro día de vida, polo **consumo**: adquisición e posesión de bens. A xente non se sente protagonista da súa vida se non está facendo algo para adquirir e posuír. Se non asume que o de onte xa é obsoleto e precisa algo novo...

Vivimos no presente: agora é o momento de actuar. O que fixen onte xa non conta (botade unha ollada aos nosos políticos); as consecuencias do que faga agora no futuro tampouco importan (estoume inventando en cada aquí e agora)

Os **lazos** que me unen aos demais como consumidores tampouco importan moito. (Podo gozar un montón con quen me rodea nun concerto e mañá nin lembrarme de quen eran. Pero que experiencia máis bonita!)

Máxima importante: **non aburrirse!** Importan a velocidade e a eficacia (non raiarse), a perseveranza e a paciencia son cousas de vellos (véxase as clases de filosofía...)

Os outros coma nós son “competidores” a bater. Non é estraño o noso **resentimento** cara eles.

Pelexamos “polas mesmas posesións”. Debemos esforzarnos por **elevarnos e rebaixar aos demais**. (a competencia feroz polas notas no bacharelato e na selectividade; ter ou non seguidores nas redes sociais: os like e os dislike...; o coidado dos nosos “outfit” sempre en comparación con...)

Consumimos para **amosar ao resto o maravillosos/as que somos** (por que preferimos instagram a twitter? De onde sae a febre do selfish? Cal ó o obxecto de subir a túa rede social un selfish dende o concerto de Metallica ?)

Cando nos poñemos esta tarefa como a fundamental na vida **convertemos todo en obxecto de consumo**.

A TV amósanos grazas aos “rality shows” e as súas competicións como **todos somos prescindibles** a pesar do esforzo que fagamos por que conten con nós. Se as nosas propias capacidades como persoas son “consumibles”..., nada escapa á posibilidade de ser consumido.

Temos acceso a un **exceso tal de información** que debemos filtrar e seleccionar moi ben... Do contrario “empacharemos” con ela e seremos incapaces de elaborar discursos lóxicos.



Habitualmente imos xuntando anaquiños de información e somos incapaces de darlle coherencia e así afacémonos a manexar unha **cultura dos “fragmentos”** para calquera cousa...(Pensade en Trump que xustifica decisións de xefe de estado con Twits... ou a vosa maneira de estudar todo por anaquiños entrando en pánico cando vos poñen un exame de 10 temas...)

Ao final **nós mesmos acabamos converténdonos en produtos de consumo** para os distintos mercados nos que temos que movernos...

As empresas prefiren individuos sen lazos estables con outras persoas (máis fieis á propia empresa). Tamén a individuos que non teñan problemas en **“sacrificar esixencias éticas respecto ás que demande o traballo”** (se teño que vender “preferentes” aos velliños que traen os seus aforros ao meu banco, pois véndoas senón bótanme por non cumprir obxectivos de produción da empresa...)

A propia **subxectividade** (aquele que me define a min) **“vólvese obxecto de consumo** que un vende ou merca ao mellor ofertante: beleza, sinceridade, autonomía... “ (A cada profesor hai que presentarse segundo as súas manías...; se teño que contar o que quere escoitar un entrevistador sobre min para conseguir un traballo pois fago; se teño que parecerme ao canon de beleza que demandan os xefes do bar de copas no que quero traballar, pois transfórmome...) Temos que **vendernos no mercado laboral**.

As **redes “sociais”** non cumpren a función das comunidades nas que nos fomos facendo como persoas... nin de lonxe. **Serán redes porque nos atrapan, pero non son comunidades**. “Ti pertences á comunidade, pero a rede pertéceche a ti”

“As redes non teñen historia, fanse mentres interactúas a través delas.” Engades e borras contactos ao teu antollo. **“A pertenza virtual é doada de romper”**. “As redes ofrecen aos “administradores” das mesmas o sentimento de exercer un control total sobre as súas lealdades so dándolle a un botón”. (Pensade nos vosos grupos de Whatsapp...)(Nas **comunidades “reais”** - familia, grupo de amigos, parella, escola, comunidade de veciños... non podemos actuar así. Ou sí? E podemos prescindir delas?)

Esta **“liquidez”** das redes sociais (en contraposición á solidez da familia, por exemplo) estase trasladando a toda a realidade. Especialmente da xente nova. **“Que sei eu o que o ano ou o mes que ven me van a aportar? So podo estar certo dunha cousa, que o vindeiro mes e os próximos anos non se parecerán ao que vivo neste momento”**.

“Xustamente, practicar a arte de vivir neste mundo “moderno – líquido” equivale a estar nun estado de transformación eterna”. Aquí é **máis importante esquecer que aprender!**

“O valor supremo da sociedade de consumo é a vida feliz”. “Unha felicidade do aquí e agora”. A desgracia, a miseria e a necesidade son aberracións que esixen sempre compensación.

Hoxe a liberdade individual é a “capacidade de desbotar doadamente as identidades individuais e as relacións humanas”. **Ningún parece querer conservar unha identidade no tempo**.

A maioría dos **sufrimentos** actuais proveñen dun **exceso de posibilidades máis que de que existan moitas prohibicións**. A **melancolía** que padecemos aparece ao decatarnos da infinidade de posibilidades de elección que temos e o feito de non aferrarse a ningunha. Resultado do encontro entre **a obriga de elixir, a adición á elección e a incapacidade de decidir**. O gran mal da nosa época é a acedia (desidia, preguiza, tristura, tribulación...)