

A ideologia da felicidade

The ideology of happiness

L'idéologie du bonheur

Lindomar Teixeira Luiz¹

Resumo: O presente ensaio aborda a questão da felicidade com enfoque crítico, a saber, analisa alguns aspectos sociais (*aspectos transindividuais da felicidade*) frequentemente *preteridos* ao se estudar a temática do contentamento. Neste sentido, o conceito *ideologia da felicidade* é o lado invisível da “felicidade”, aquilo que quase sempre fica obscuro ao se refletir sobre o supracitado assunto, contribuindo para a falsificação e distorção de muitos aspectos da realidade social.

Palavras-chave: Felicidade. Ideologia. Descontentamento. Preconceito. Consumismo.

Abstract: The present essay approaches the issue of happiness with a critical focus, that is, it analyzes some social aspects (*transindividual aspects of happiness*) often overlooked when studying the theme of contentment. In this sense, the ideological concept of happiness is the invisible side of “happiness”, that which almost always remains obscured when reflecting on the aforementioned subject, contributing to the falsification and distortion of many aspects of social reality.

Keywords: Happiness. Ideology. Discontent. Prejudice. Consumerism.

Sommaire: Cet essai aborde la question du bonheur avec un accent critique, à savoir, il analyse certains aspects sociaux (aspects trans-individuels du bonheur) qui sont souvent négligés lors de l'étude du thème du contentement. En ce sens, le concept idéologique du bonheur est la face invisible du “bonheur”, qui est presque toujours obscur lorsque l'on réfléchit sur le sujet susmentionné, contribuant à la falsification et à la distorsion de nombreux aspects de la réalité sociale.

Mots clés: Bonheur. Idéologie. Mécontentement. Préconception. consumérisme.

1 INTRODUÇÃO

¹ Mestre em Geografia pela UNESP. Doutor em Serviço Social pela UNESP.

Falar sobre felicidade prescindindo aspectos sociais e críticos deste tema, além de ser um grande equívoco, pode ser capciosa, alienante e expressa total despolitização sobre o tema. Muitas narrativas - principalmente aquelas de autoajuda - nesse sentido, prestam o desserviço à crítica social, porque desembocam numa visão conservadora, individualista e reacionária. Não é à toa que esse encaminhamento despolitizado é hegemônico acerca deste assunto, ou seja, no instante em que tal abordagem não faz menção às estruturas socioeconômicas que nos exploram, desumanizam e oprimem, acabam servindo enquanto uma linguagem de ilusão e manipulação: aquilo que é inútil e alienante se reveste como algo sublime e esclarecedor quando, na verdade, alimenta o embuste e cega ainda mais os descontentes.

Por onde discutir a felicidade para a esmagadora maioria do povo brasileiro a partir da nossa *tragédia social*? A lista apresenta-se muito extensa. Nossa desigualdade social tem raízes profundas, a saber, 5% mais ricos tem mais recursos dos 95% restantes (Dowbor, 2017); aproximadamente 104 milhões de brasileiros auferem R\$ 413,00² por mês, equivalendo, mais ou menos, a metade de 1 salário mínimo; a precarização do mundo do trabalho é uma realidade cruel e está avançando a cada dia (terceirização, uberização do trabalho, retirada de direitos trabalhistas); inúmeros impactos ambientais implicam no bem-estar de muita gente (poluição de rios, da atmosfera, mudança de clima, agrotóxicos nos alimentos, grande devastação com enormes queimadas etc). Nossos serviços médico-hospitalares parecem nunca terem saído da crise; em nossos presídios os direitos humanos são mutilados a cada dia; boa parte da riqueza produzida em nosso país, simplesmente se escoia para fora por inúmeros mecanismos: remessa de lucros das multinacionais, dividendos, royalties etc. somos explorados de maneira cruel pelo capital financeiro, desde as altas taxas de juros até a inacreditável dívida pública, que abocanha metade do orçamento da união, inviabilizando a possível existência de um Estado investidor e comprometido com o bem-estar social; o racismo, a homofobia, a ateufobia, o machismo e inúmeras outras formas de preconceito fazem vítimas a cada dia que passa. Não podemos esquecer também das ameaças às liberdades democráticas, garantidoras de um espaço público plural, com múltiplos atores e agentes ativos assegurando o protagonismo de todos os setores

² Esses dados foram divulgados pelo Pnad Contínua (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) no ano de 2019. Contudo, com a Pandemia de Covid-19 agravou ainda mais o referido quadro de pobreza em nossa sociedade.

da sociedade em inúmeras questões acerca dos melhores rumos para a nação. Atrelado a tais liberdades também são cruciais a pluralidade cultural, porque nutre a democracia com vozes dissonantes, visões de mundo diferentes e, sobretudo, contribuem para reforçar positivamente a identidade nacional. Com este *pano de fundo* desenvolveremos o seguinte argumento: quando se fala de felicidade *sem* se pensar estas questões materiais, ligadas à dimensão socioeconômica, ambiental, cultural, democrática etc., a narrativa é falsa, ingênua e *ideológica*. Todos os aspectos que envolvem direta ou indiretamente o contentamento dos indivíduos, chamamos de *aspectos transindividuais da felicidade*. Evidentemente, não vamos contemplar toda essa complexidade neste ensaio, assim, falaremos a seguir de alguns aspectos importantes para o encaminhamento de nossas reflexões.

2 INDIVIDUALISMO MERITOCRÁTICO E (DES)CONTENTAMENTO

Começamos pelo individualismo. Pertence à ideologia liberal a hipervalorização do individualismo³ como pressuposto fundamental da visão de mundo das classes dominantes. Há uma conexão direta entre individualismo e felicidade. Do que se trata? Individualismo é uma visão de mundo em que *sujeito individual* está no centro das decisões e motivações que envolvem a sociedade, bem como sua existência individual em diversas formas. De acordo com a visão individualista, o centro é o indivíduo: ele age, ele pensa, ele investe, ele compra, ele é responsável por tudo. O sucesso e o fracasso são decorrências de suas decisões, escolhas, competência, inteligência, capacidade de se inovar, desta forma, na “concepção individualista significa que primeiro vem o indivíduo (o indivíduo singular, deve-se observar), que tem valor em si mesmo (...)” (Bobbio, 1992, p.60). A visão predominante da meritocracia procura ressaltar que o sucesso é consequência *somente* do mérito individual, porque o melhor, mais inteligente, mais bem preparado, aberto aos desafios, mais proativo, mais criativo, vence. Tem prestígio, ganha mais, viaja, consome, se veste bem, tem o carro do ano, mora no residencial fechado, vive melhor, vive feliz! Esse discurso não é *totalmente* verdadeiro. É tão óbvio o

³ O individualismo possui várias vertentes e nuances, isto é, ele não é homogêneo. Há sua versão de cunho liberal gestada no universo burguês, passando pela democrática, com Rousseau (1999), até aquela que mutila as individualidades, presentes no seio da cultura de massas, analisadas pela Escola de Frankfurt (Adorno, Horkheimer e Marcuse).

embuste da meritocracia que não vamos argumentar muito para refutá-la, pois nossa sociedade está atravessada pelo privilégio, seja da classe média⁴, seja da classe rica.

Ademais, o individualismo meritocrático é o cerne do discurso neoliberal, que nega a presença do Estado do bem-estar como agente crucial para se obter justiça social, enfatizando posturas individualistas para se resolver nossas mazelas sociais, vindo desde o assistencialismo, passando pela autoajuda, pelos jogos de azar até as inúmeras narrativas que procuram valorizar o empreendedorismo e toda e qualquer forma de *Self-made man*⁵.

Portanto, é falsa a ideia de que a realização pessoal do sujeito dependa apenas dele, a inexistência de quaisquer privilégios para as classes populares (classe trabalhadora e pobre) não as faz imune à sedução deste discurso ideológico. Não são as *diferenças individuais* que moldam as *diferenças sociais*, mas o contrário, são as *diferenças sociais* que condicionam as *diferenças individuais*. Por mais que as singularidades individuais tenham sua importância, a força maior que acaba pesando expressivamente está na dimensão social, principalmente em nossa sociedade, porque aqui as disparidades sociais chegam às raias do absurdo.

3 A BANALIZAÇÃO DO DESCONTENTAMENTO

Outro itinerário a ser trilhado para se pensar a felicidade enquanto ideologia, contém a banalização do sofrimento ligado à dimensão material. Quem vê um pedreiro no canteiro de obras, um feirante na feira, um lixeiro em seu trabalho, uma empregada doméstica no ponto de ônibus indo ou voltando para casa, os pedintes nos sinais, os borracheiros consertando os pneus, os faxineiros em seu trabalho, as prostitutas pobres esperando clientes, os idosos pobres coletando lixo, os viciados em drogas, os moradores de rua etc. todos eles e muitos outros têm algo em comum: possuem enorme *senso de sofrimento*! *Senso de sofrimento* não é *consciência*

⁴ Segundo o sociólogo Jessé Souza (2016) a classe média possui privilégio ao incorporar capital cultural (conhecimento valorizado pela sociedade), isto ocorre à medida que disponibiliza de tempo para tal incorporação. Esse tempo somente é possível quando ela se exime da feitura de determinadas atividades (por exemplo: manutenção da casa: limpar, cozinhar etc), que serão realizadas pelas classes populares com remuneração irrisória paga pelas classe média ou rica

⁵*Self-made man* significa alguém que se fez por *seu* esforço, por si próprio, através de *suas* boas qualidades, por *seus* méritos. Tal expressão revela a ideologia da sociedade estadunidense, tão propalada em nossa sociedade, principalmente com o processo de globalização e avanços do neoliberalismo, a partir dos anos de 1990.

de sofrimento⁶. Quando o sofrimento é vivido frequentemente no cotidiano, tem-se um *senso de sofrimento*, que se difere da *consciência do sofrimento*. Começamos com o *senso de sofrimento*. Este diz respeito à *banalização do sofrimento*. Primeiramente usaremos uma metáfora para esclarecer sobre esses termos. É comum, num primeiro momento, quando estamos aprendendo a dirigir um carro, termos de *pensar* antes de realizarmos os procedimentos para tanto, a saber, chave no contato, pé na embreagem, freio de mão etc. O que ocorre quando nos tornamos condutores habilitados? Entramos no carro e o dirigimos realizando todos os procedimentos necessários, mas de maneira automática, *sem pensar, sem perceber*. É isso que acontece com quem vive em situações de *humilhação, trabalho árduo e parcos rendimentos*. Isto é, quem sofre, comumente, não tem uma visão crítica, questionadora, acerca do sofrimento inerente à sua condição de classe. Há um *senso de sofrimento*, nada mais. Quanto mais se sofre, mais banal fica o sofrimento, mais difícil fica de se formar a uma visão crítica, conscienciosa sobre a penúria vivenciada, porque ela é naturalizada, banalizada e, comumente, aceita!. Quando se vive em boas condições socioeconômicas e, por alguma razão, tal condição deixa de existir, a consciência acerca da penúria é cristalina (*consciência do sofrimento*), podendo ser acompanhada por profunda tristeza, depressão e até suicídio, seja pela vergonha, seja pela consciência que se poderia viver melhor.

Mas não é só isto. O *senso de sofrimento* vem alimentado pelos meios de comunicação social, quando vetam ao sujeito possibilidades de ele construir uma *consciência crítica do sofrimento*. A cultura de massas ao transmitir valores e ideias das classes dominantes anestesiam o acesso a uma *visão crítica do sofrimento*, simplesmente o banalizam, o naturalizam. A cultura de massas fala da pobreza (ainda que superficialmente), mas não diz quais são suas reais causas! Menciona da corrupção dos políticos, mas fica muda da rapinagem dos bancos com as taxas de juros! Alerta da desigualdade, mas não diz quem ganha com ela! Assinala da inovação tecnológica, da reforma trabalhista e da previdência, mas não as relacionam com a luta de classes! Diz ser plural, mas não apresenta vozes dissonantes! Quando

⁶ Esta diferença, *senso de sofrimento* e *consciência de sofrimento*, é diretamente inspirada na visão de Marilena Chauí (2003) quando fala de *senso moral* e *consciência moral*. O primeiro implica num *sentimento* acerca de questões morais, enquanto que o segundo diz respeito uma *avaliação crítica* de nossas ações morais. Diz Chauí: “(...) a consciência moral não se limita aos sentimentos morais, mas se refere também a avaliação de conduta que nos levam a tomar decisões por nós mesmos, a agir em conformidade com elas e responder por elas perante os outros” (Chauí, 2003. p.306)

evoca de sofrimento das classes populares, quase sempre a *culpa* é do governo (má gestão, corrupção, burocracia) ou do próprio sujeito pobre, perdulário, mal instruído e folgado (quer receber o bolsa família, mas tem pouca motivação para o trabalho árduo...). Dá a impressão que o sujeito da classe pobre (não apenas dessa classe, é claro) só terá *consciência do sofrimento* quando a cultura de massas lhe disser. Quando os telejornais, os programas populares, as publicidades lhes disserem: “Você que trabalha muito, ganha pouco, é humilhado, não tem voz na sociedade... você sabia que está sofrendo? É, preste atenção, você pena, trabalha muito, é humilhado, você sofre muito e isto não é justo! Preste atenção: você sofre, sofre e sofre muito!”. A partir desta narrativa, todos *que sentem* que estão sofrendo terão uma *percepção*⁷ diferente deste sofrimento, assim, de um lado, isto é o ponto de partida para a construção da *consciência do sofrimento*, de outro, como dissemos acima, quando ocorre brusca transformação na condição socioeconômica na vida de alguém (vivia-se em boas condições socioeconômicas, porém tal situação não se mantém), aflora a referida consciência.

Chegou onde queríamos. Abordar felicidade sem se falar sobre a *consciência crítica do sofrimento* é uma forma de se impossibilitar sua efetivação ou pelo menos a lutar contra a sua total inexistência. Quando se naturaliza e se banaliza o sofrimento, ele nutre uma visão *falsa* sobre a felicidade: não se questiona ou critica o que dificulta o contentamento e, por conseguinte, produz e reproduz sofrimento, a saber, a opressão, exploração, e humilhação de classe. A visão ideológica da felicidade aparece construída quando *não* se tem uma visão crítica do sofrimento! Ou seja, se tem apenas um *senso de sofrimento*, nutrindo sua naturalização e banalização.

4 A INVISIBILIDADE DO DESCONTENTAMENTO: A VIOLÊNCIA SIMBÓLICA

O *senso de sofrimento* vem também invisibilizado pela *violência simbólica* (Bourdieu, 1989). A violência simbólica ocorre quando há imposição de valores, crenças e princípios inerentes a determinados grupos dominantes aos outros grupos sociais, que são vítimas. Isto ocorre de tal maneira que o grupo receptor não consegue enxergar “violência” nesta imposição,

⁷ Nossa percepção é alterada quando temos conhecimento ou interesse acerca de algo, ou seja, nem todas as experiências chegam em nossas consciências, uma vez que selecionamos a partir de interesses e conhecimentos algo que consideramos relevante. Essa reflexão foi iniciada por Kant, ao criticar o empirismo de Hume, sendo desenvolvida e aprofundada pela fenomenologia de Husserl.

ou seja, o grupo que é vítima banaliza, naturaliza tais imposições, mas, por ter “dificuldade” em reproduzir e expressar aqueles valores, acaba sofrendo, se envergonhando calado, sem possibilidade de reação, porque para tal grupo (vítima) a exigência desses valores não se configura numa imposição: isto é violência simbólica.

Segundo Bourdieu (1989), esta forma de violência transcorre com a anuência inconsciente da vítima, uma vez que ela não tem clareza que tal situação se configure como algo violento, mas ela sofre. Em outras palavras,

Violência suave que ocorre onde se apresentam encobertas as relações de poder que regem os agentes e a ordem da sociedade global. Nesse sentido, o reconhecimento da legitimidade dos valores produzidos e administrados pela classe dominante (...) (Bourdieu, 1989. p. 15).

Por exemplo, quando há o casamento de pessoas cuja origem social de cada cônjuge seja diferente. Supomos um vir da classe pobre e outro da classe média. Na classe média, os seus valores se expressam no seu estilo de vida: uso de determinadas roupas, na degustação de certas comidas, no gosto por determinados estilos musicais etc. O que acontece quando se realiza a cerimônia de casamento entre os membros de classes diferentes? É claro que *não são os valores da classe pobre*, com seu estilo de vida que vai predominar na festa de casamento do referido casal de classes distintas. Quem vai impor de modo quase invisível *como e onde* deve ser a festa? Será, obviamente, o membro da classe média: as roupas, o tipo de comida e bebida que vão servir, as músicas que vão tocar, o lugar em que a festa será realizada, a decoração, as cores, o bufê que vai servir etc... Quase tudo será voltado para os membros da classe média, em detrimento dos da classe pobre. Inequivocamente, os membros da classe pobre não se sentirão confortáveis com tal imposição, pelo contrário, se sentirão envergonhados: imaginem o *desconforto* na mesa com sua inabilidade com determinados talheres, com determinadas comidas; nas fotos também poderão ficar desconfortáveis em não compartilharem da estética da classe média; a interação com o espaço de efetivação da festa, desde os convidados à sua decoração, da estética das roupas à degustação das comidas e bebidas não se sentirão “em casa”, é tudo estranho e diferente de sua realidade!

Ocorre também nas instituições este tipo de violência simbólica. Na educação e no sistema judiciário as evidências são mais gritantes e vamos comentá-las. Porém, se formos aprofundar, ela se faz presente em toda sociedade, ela está atravessada pelo corpo social (no conjunto das instituições) de maneira geral. Frequentemente em nossa sociedade as atividades

mais prestigiadas e reconhecidas vem sendo desenvolvidas pelas classes médias⁸ (ou classes altas) e, na escola e no judiciário, para ficarmos em dois exemplos, não seriam diferentes. A escola tende a *reproduzir* os valores das classes médias em detrimento das classes populares, assim, quase sempre há etnocentrismo efetuado pela classe média em relação às classes populares, nem sempre visível, nem sempre consciente. Diz Bourdieu (1998):

Mas a diversificação oficial (em ramos de ensino) ou oficiosa (em estabelecimentos ou classes escolares sutilmente hierarquizadas, em especial através das línguas vivas) tem também como efeito contribuir para recriar um princípio, particularmente dissimulado, de diferenciação: os alunos “bem nascidos”, que receberam da família um senso perspicaz do investimento... ao contrário, aqueles que são procedentes de famílias mais desprovidas e, em particular, os filhos de imigrantes, muitas vezes são obrigados a se submeter às injunções da instituição escolar [...] E fazem com que o sistema de ensino, amplamente aberto a todos e, no entanto, estritamente reservado a alguns (...) (Bourdieu, 1998, p. 223).

Num certo sentido, há conteúdos curriculares (talvez também as competências e habilidades desenvolvidas na escola...) que se identificam diretamente com a classe média, a saber, as letras e estética de canções utilizadas enquanto recurso didático em sala de aula, o modelo familiar, a linguagem, o estilo de vida não são neutros, estão presentes na classe média. O que se identifica como *brega*, *inadequado*, *ofensivo*, às vezes imoral, é o que está situado na classe popular: funk, linguagem não culta (coloquial, com gírias etc), tatuagem agressiva, religião não cristã (religiões afro: candomblé, umbanda.), roupas diferentes, enfim uma realidade muito diferente daquela vivenciada pela classe média. Onde está a violência simbólica? Ora, será a partir desse universo de valores - da classe média -, linguagens, gostos e estilos de vida que as classes populares serão avaliadas pela escola: impõem-lhe algo e eles próprios aceitam tal imposição sem questionamentos, sem resistências, ainda que isto impreterivelmente lhes cause *sofrimento*, sentimento de fracasso, impotência, incompetência. Quem melhor do que a escola para dizer quem são os melhores e os piores? Algo muito parecido ocorre nos tribunais de justiça. O pobre, nos tribunais, se sente insignificante, seja pela indumentária formal necessária nesse espaço, seja pela existência de valores totalmente fora do *seu* universo, que está mais próximo das classes médias. Além disto, esta classe ocupa as principais funções nesse campo, o campo jurídico. A violência simbólica é óbvia e a *imposição*

⁸ Sabemos que, no campo da Educação, várias iniciativas vêm sendo apresentadas para se valorizar as experiências, valores, e toda pluralidade trazida pelos alunos das classes populares, tais como, a ênfase em desenvolver Competências e Habilidades, Avaliação Mediadora etc. Contudo, tais práticas ainda se esbarram no fato de que no universo acadêmico ainda predomina uma visão de mundo das classes com maior poder em termos culturais: classes média e alta.

de valores e regras desse campo às classes pobres se transforma em sua *impotência*, sua *insignificância*. Nada disso é consciente, mas faz incomodar, faz sofrer: violência simbólica!

Outrossim, há uma violência simbólica de forma mais diluída através dos meios de comunicação social, porque eles acabam oferecendo valores e estilos de vida usualmente nada condizentes com as condições socioeconômicas das classes populares e, em muitos aspectos, das classes médias também, onde o consumismo, estilos de vida, estética do corpo são constantemente padronizados e inacessíveis para a grande maioria. Temos assim, a frustração, a sensação de inferioridade e impotência predominando sem se ter muita consciência de onde vem tal desconforto: violência simbólica!

5 A VISIBILIDADE DO (DES) CONTENTAMENTO: preconceito e discriminação

Há inúmeras situações em que o preconceito e a discriminação social falam diretamente sem intermediários, sem sutilidades, mas é profundamente marcado com o *sofrimento* - principalmente das classes populares – das vítimas e *contentamento* dos algozes. Desta forma, quem efetua algum tipo de discriminação o faz por satisfação, por prazer. Mas notem, não é um prazer sádico de querer ver o outro sofrer, é claro que isso pode ocorrer, mas não é disto que se trata. Sempre quando alguém discrimina o outro, esse alguém se sente *superior* à vítima, jamais se sente um igual. Quando um membro da classe média diz que os pobres, por exemplo, que recebem o bolsa família, são vadios, perdulários, ele se sente *superior*, *melhor*: Quando se fala *mal dos outros*, indiretamente está se falando *bem de si*. Portanto, a discriminação tem uma dimensão prazerosa neste aspecto: ao *rebaixar* o outro, se enaltece, se valoriza, individual ou através do grupo que se faz parte.

Evidentemente, não podemos limitar *preconceito* apenas a um segmento social, porque ele é universal: todos somos vítimas e algozes. Isso obviamente não quer dizer que eles se equivalem, jamais. Há preconceitos que funcionam como variáveis de exclusão social (o racismo, por exemplo), mutila profundamente a autoestima, causam danos em inúmeros aspectos para o sujeito. Portanto, eles são diversos e com impactos diferentes nas vidas das pessoas. Ninguém escapa do preconceito, tem um para “todos os gostos”: racial, social (pobre ou rico), acerca da inteligência precária, que versa sobre o sotaque, estilo de vida, profissão, homofóbico, se o sujeito é gordo ou magro, se é ateu ou religioso, se é feio, se é calvo (careca)

... a lista é infinita. Assim, conforme dissemos, a perspectiva preconceituosa é *hierarquizar* visando a sensação de superioridade, sentir-se superior, imaginar-se melhor, isto é, o preconceito somente existe porque alguém se *contenta* com ele, é claro, jamais sendo a própria vítima.

Outrossim, não é insólito que *vítimas* de preconceito, discriminação e todo tipo de rebaixamento social procurem se *identificar* com algozes e, deste modo, eles fazem com os outros da *mesma classe ou grupo social* o que fizeram com ele, é como se dissessem: “não quero mais sofrer sendo vítima, se não posso estancar a agressão contra mim, parto para a agressão contra o outro que é igual a mim, mas ao agredir esse outro, imagino-me não mais como vítima”. Aqui temos inúmeros exemplos de pessoas que compõem minorias (negros, LGBT, pobres etc.) incorporarem e reproduzirem narrativas e práticas daqueles que sempre os exploraram, oprimiram e os discriminaram. Há um episódio do seriado estadunidense *Todo mundo odeia o Chris*, intitulado *Substituto*, que é bastante elucidativo a este respeito. O personagem Chris, um garoto negro do subúrbio da cidade de Nova York, no Brooklyn, estuda num colégio onde apenas ele é negro. Sendo ele constantemente vítima de preconceito racial na escola, certo dia ele fica eufórico quando no referido colégio surge um professor negro para lecionar para a sua turma (mesmo em caráter excepcional: professor substituto). Seu contentamento inicial foi imaginar que este professor, por ser negro, iria lhe conceder um tratamento mais respeitável, mais acolhedor. No entanto, Chris se decepciona profundamente, pois tal professor expressa condutas ríspidas e desrespeitosas para com ele, ademais, trata de forma amável e acolhedora todos os demais alunos. Este professor (negro) ao maltratar Chris (negro) não desejou se *identificar* com ele (Chris), mas tão somente com quem são agentes ativos em discriminar, sendo as pessoas de raça branca. Em nossa sociedade podemos exemplificar a violência gratuita da polícia em bairros pobres, onde policiais oriundos de segmentos populares não se *identificam* com as vítimas às quais maltratam, pelo contrário, se identificam com os opressores de tal forma a mitigar ou anular imaginariamente o grupo social ao qual realmente pertencem.

As várias formas de discriminação além de estarem *ligadas* à desigualdade social elas a *alimentam* e contribuem para justificá-la, sendo vantagem para quem não for vítima. O preconceito racial, por exemplo, está profundamente conectado com a dimensão social, uma vez que há uma associação automática de negro à pobreza, violência e marginalidade. Isto é tão evidente que todos aqueles indivíduos que tiverem algum indício de serem de origem social pobre, serão discriminados, tratados como objetos, violentados, tendo sua dignidade lançadas

para a lata do lixo. O que acontece, por exemplo, quando um pobre adentra um lugar destinado à pessoas da classe média ou alta? O que a polícia sempre faz com a classe pobre, na periferia, com o aval da classe média? A classe média morre de medo de descer socialmente para a classe popular: será isto apenas por questão de perda de *status*? (Souza, 2016). Jamais. Ela sabe que se estiverem na mesma condição da classe pobre ela será violada em sua dignidade: a polícia entrará em sua casa, o vilipendiará e agredirá; será tratado tal como gado nos péssimos hospitais, sofrerá nas filas esperando ônibus; é humilhado implorando por migalhas através de empregos precários ou subempregos, que mais se aproximam da escravidão do que nunca: pensem nos motoboys das grandes cidades, na uberização do trabalho, no trabalho intermitente, na terceirização etc. Além disso, a própria discriminação ao mesmo tempo que é gestada pela desigualdade, como o exemplo do racismo, ela *alimenta* a própria desigualdade, porque impede a ascensão de quaisquer *minorias*, implicando diretamente na divisão do poder e da riqueza. Em outras palavras, o preconceito não tem apenas uma dimensão cultural, é uma questão que envolve também a luta de classes. Assim, a luta das mulheres para garantir seus direitos, igualdade de gênero, para se “empoderarem-se” no capitalismo é quase que uma ofensa, quem tem poder é o capital: grandes corporações econômicas, latifundiários, banqueiros etc. Não que a luta feminista, das comunidades LGBT, dos negros, dos índios, dos Sem-Terra, etc. não sejam relevantes. Sim, são, mas dentro dos limites impostos por uma sociedade desigual, que ganha com a discriminação: quem é mão-de-obra barata (mulheres, negros, LGBT’s, indígenas, etc) e quem realmente tem acesso ao poder político e econômico? O privilégio da elite econômica só existirá com a exploração e inacessibilidade desta minoria a todos os meios para se conquistar direitos iguais.

É possível que o preconceito possa ser incorporado pela própria vítima de outra forma. No processo de socialização estamos sempre construindo nossas identidades. Por isso é muito comum sermos taxados por atributos que nos aprisionam e assim acaba nos “congelando” em torno de certas características, o que, *quase sempre*, nos limita e pode ter consequências nocivas. Um exemplo. Determinado indivíduo diz: “Cresci ouvindo dizer que *sou desorganizado*”. Ora, esse atributo pode ser incorporado de forma tal que o sujeito não procura melhorar ou corrigir tal demérito, ele o concebe como um imperativo absoluto, imutável... Ou seja, ele assevera: “*sou desorganizado, nada muda isso e ponto final*”. A mesma lógica pode ser usada para inúmeros outros “defeitos”. Quando, por exemplo, dizemos a alguém: “Você é teimoso! “Você é Intolerante!”, “Você é egoísta!”, “Você é medroso!”, etc. Desta forma, todas essas afirmações servem como pretexto para que não se abriam possibilidades ou espaços para

que ocorra a mudança: “Sou teimoso, fazer o quê? Não vou mudar...”, “Sou intolerante, fazer o quê? Não vou mudar...”, “Sou egoísta, fazer o quê? Não vou mudar...”. Enfim, as convicções ou crenças encarnadas de *quem se é* e *como somos* servem para que *não façamos nada* para tentarmos melhorar. Ou seja, o teimoso, o egoísta, o medroso... ficam aprisionados dentro do estereótipo imposto, o que é danoso para o sujeito e para quem esteja próximo a ele.

De um lado, pode ser cômodo para certas pessoas que não intenciam mudança alguma, servindo de desculpa e autoengano, mas isso tem outras implicações mais complexas. De outro lado, pode ser profundamente danoso porque frequentemente não *somos* o que as *palavras* nos dizem. Assim, na verdade, somos complexos, dinâmicos e circunstanciais. “Como uma palavra pode dizer quem somos?” Somente quem estiver convivendo conosco, partilhando de nossos projetos, de nossas atitudes, dos nossos medos, virtudes, frustrações, crenças etc. pode *discorrer* sobre quem somos, mas jamais irá dizer *quem somos* com “rótulos”, é como se palavras simplificassem a complexidade de alguém. Se dissermos, por exemplo: Você é chato! Você é bom professor! Está a se expressar apenas um traço parcial daquele alguém. É claro que ninguém é somente chato ou somente bom professor. O sujeito se comporta chato comigo, mas nem sempre o é com outras pessoas, ele não somente será chato, tendo inúmeras outras virtudes e vícios, assim será com o *bom professor*, agindo enquanto péssimo pai, regular marido, insuportável vizinho e assim por diante.

A reflexão estender-se-á para a existência dos preconceitos. Quando, por exemplo, o sujeito é estereotipado por gay, lésbica, judeu, ateu, negro, de esquerda, de direita etc. tem-se uma visão tacanha e pobre a seu respeito. O sujeito não se limita ao referido estereótipo (gay, lésbica etc). Isto é, são seres humanos muito mais complexos (são filhos, filhas, pais, profissionais, amigos etc.). Além disto, eles não são *iguais*, pois o fulcro de todo tipo de preconceito envolve a homogeneização daquilo que é sempre diferente. Se dissermos os gays são assim..., as lésbicas são assim..., os ateus são assim..., isto desembocará em *preconceito*, porque *ninguém é igual a ninguém*. Por fim, o que é pior, o sujeito pode *realmente* acreditar no estereótipo, o que não é insólito ocorrer, haja vista que se a sociedade cria e reforça certos preconceitos. Assim, as vítimas terão dificuldades em incorporar algo diferente daquela concepção estereotipada que lhe é imposta pela sociedade. Imaginem a dificuldade de autoestima, por exemplo, do negro numa sociedade racista: tudo que simboliza poder, vitória, inteligência, elegância, beleza... está associado, direta ou indiretamente, ao indivíduo branco e vice-versa. Aqui está a importância da afirmação da identidade do negro, da negritude, porque

resgata o que o racismo procura confiscar, que é sua valorização, reconhecimento, sua autoestima de ser negro. Enfim, a palavra simplifica e homogeneiza, duplo erro.

6 O CONSUMISMO E O (DES)CONTENTAMENTO

Há outro itinerário para refletirmos sobre a *ideologia da felicidade*: suas implicações na sociedade de consumo. Para desenvolvermos melhor esta questão, vamos dividi-la em dois aspectos. Há questões, de um lado, ligadas diretamente à sociedade de consumo, que expressam consequências inequívocas da ideologia da felicidade; de outro, há outras não tão visíveis, porém tão importantes quanto as primeiras, as mais evidentes.

Começamos pelos aspectos mais explícitos da sociedade de consumo: felicidade é consumir bens e serviços. Antes de mais nada é preciso separar consumo de consumismo. Ninguém vive sem o consumo: alimento, roupas, medicamentos, água etc. Consumo é algo que se difere do consumismo: “A ‘síndrome consumista’ envolve velocidade, excesso e desperdício” (Bauman, 2008, p. 111). Não é novidade para ninguém que em nossa sociedade o eixo predominante (social, econômico e cultural) é o consumismo, seja em razão dos interesses mercadológicos capitalistas, seja para satisfazer inúmeras motivações subjetivas de quem compra algo. O consumismo se configura numa cultura e nesse sentido transcende o ato de adquirir e fruir bens e serviços. Consumismo é um *estilo de vida* em que o conforto e o exibicionismo estão presentes de forma contundente. Consumismo é possuir uma *identidade* com atributos valorizados, a saber, superioridade, beleza, poder, bom gosto e reconhecimento. Consumismo é hedonismo puro onde só o *prazer* vale a pena, seja no ato de comprar, seja na fruição da compra.

A associação entre consumismo e felicidade é automática, uma vez que os produtos e serviços visam proporcionar, como dissemos, mais prazer, contentamento, sensação de poder, superioridade, beleza, compensação, segurança, identidade de classe e reconhecimento. As propagandas explicitam o vínculo entre felicidade e consumismo de forma transparente, porque sempre se exhibe determinado produto ou serviço num contexto em que há pessoas sorridentes, bonitas, satisfeitas, seguras, poderosas, inteligentes. Assim, o produto ou serviço comercializável logo virá associado ao contexto onde há pessoas com os adjetivos supracitados (bonitas, satisfeitas, alegres etc). Pois bem, aqui começa o engodo, a ideologia da felicidade.

Ou seja, argumentaremos que a “felicidade” do consumismo funcionaria *quase sempre* enquanto um embuste e tornaria invisível o descontentamento de muita gente.

Iniciamos com uma constatação elementar, a saber, nem todos os membros da sociedade têm efetivas condições econômicas de terem acesso pleno ao universo do consumismo, porque o ganho salarial da maioria do povo é tão irrisório e comumente não cobre os gastos com a sua sobrevivência material de forma digna. Assim, o que era “sonho de consumo” – literalmente falando – se transforma em frustração, pois sua realização é cada vez mais distante, mas a motivação para o consumismo é mais intensa e agressiva em função dos apelos advindos dos meios de comunicação social, por óbvias razões mercadológicas, mas também porque se apropriou das subjetividades.

Outra constatação para elucidar a falácia do consumismo, enquanto ideologia da felicidade, revela angústias, frustrações e ansiedades presentes de forma avassaladora no mundo contemporâneo. Desenvolvemos, a seguir, com mais detalhes estes argumentos dividindo-os em *três partes*.

Primeiro, é patente a exibição inerente ao consumismo, que aparenta contentamento. Na verdade, é habitualmente, o seu contrário. Ou seja, quando se exagera na ostentação do obtido *quase sempre* denota exatamente o seu oposto. Assim, se por meio da exibição consumista procura-se convencer o outro da existência de determinado atributo, o *tiro pode sair pela culatra*. O inconscientealaria mais alto: exibindo-se algo *visível*, mas a revelar algo *invisível*. O carro *maior* e mais *potente*, pode revelar insignificância e impotência (inclusive sexual!); a casa mais luxuosa e cara, é uma tentativa de revelar que seus proprietários são tão “superiores” e “valorizados” quanto o imóvel adquirido; as situações prazerosas em luxuosas e pomposas festas, procura “colar” tais situações aos protagonistas. Enfim, a necessidade de se evidenciar que se é feliz, superior, melhor, poderoso, sereno, belo etc por meio dos bens de consumo, pode dizer exatamente o contrário. Ora, quem realmente se sente com tais atributos não necessariamente precisa exibi-los. Desta forma, somente quem é inseguro precisa se autoafirmar constantemente, convencer, fazer de tudo para os outros acreditarem em algo que nem o próprio sujeito exibido acredita, mas finge acreditar.

Segundo, vivemos numa sociedade onde a insegurança passou a ser a regra, uma vez que poucas coisas nos proporcionam proteção e certeza. O porvir *frequentemente* virou algo assustador e incerto. Assim, a característica mais singular de nossa sociedade contemporânea é que tememos o futuro, ele deixou de ser alvissareiro, pelo contrário, ele nos causa temor, angústia. Nesta linha, o exemplo mais patente vem do mundo do trabalho. Antes tínhamos

condições de planejar, vislumbrar projetos futuros no instante que poderíamos trabalhar, mesmo que em atividades com poucos recursos. Pois bem, a precarização do trabalho (terceirização, uberização, informalidade, etc) e o desemprego passaram ser algo muito frequente, muito temeroso! Afora, é claro, inúmeras outras dificuldades (pobreza, desigualdade social, conflitos diversos, perdas, etc), estamos muito mais ansiosos, angustiados e, uma vez isto posto, qual o remédio mais próximo para mitigar tal desconforto? Evidentemente que há vários, desde os medicamentos (no sentido literal...) psicotrópicos até o conforto alimentado pela crença religiosa. Contudo, o mecanismo que se ressalta para aplacar a referida ansiedade e angústia está no consumismo. Ele é a outra face de nosso desconforto. Ou seja, a própria sociedade constrói vários descontentamentos, como o que ocorre com o mundo do trabalho, mas cria também mecanismos para amenizar ou fugir desses infortúnios. Nossa insatisfação cotidiana precisa de tratamento, e aquele mais difundido e recomendado, ainda que de forma subjacente, é a aquisição de bens e serviços (consumismo). Mais ansiedade, mais compras. Ademais, esses desconfortos psíquicos - ansiedade e angústia - nos deixam muito mais vulneráveis à sedução do consumismo. É como se ficássemos mais suscetíveis para o consumismo com nossa fragilidade emocional. Ora, quando estamos mais seguros e serenos, pensamos melhor, agimos com mais capacidade de reflexão, assim, podemos equacionar de forma mais conscienciosa nossas ações e comportamentos, mas quando somos tomados por emoções (ansiedade, angústia...) que ocupam muito nossa mente, *quase sempre* somos movidos a fazer o que não fazíamos sem a presença marcante desses sentimentos.

Terceiro, nosso vazio existencial é também algo que pode contribuir muito para buscarmos no consumismo um alento, pois preenchemos o supracitado vazio com objetos e serviços prometedores de “satisfação” existencial. (Ferry, 2012). Ou seja, como lidamos com o sentido da vida? Com o envelhecimento? Com as dores de amor? Com as perdas de entes? etc. Há vários mecanismos que podem aplacar ou mitigar estas dores existenciais, os dois principais são: alta cultura⁹ e religião. Por um lado, à medida que preenchemos nossa alma com produção e fruição de arte (música, teatro, dança, pintura...) filosofia, ciência (alta cultura), cujos conteúdos tapam a lacuna das dores da existência (se não totalmente, pelo menos parcialmente). Por outro, a religião em épocas pretéritas era a *principal cumpridora* desse

⁹ O escritor Llosa (2012) lembra que a alta cultura apresenta respostas para as questões existenciais porque “enfrenta os problemas e não foge deles, que tenta dar respostas sérias e não lúdicas, aos grandes enigmas, aos conflitos que cercam a existência humana” (Llosa, 2012, p. 38)

papel¹⁰, pois “outrora eram garantidos a homens e mulheres por rezas, confissão, comunhão e sermões do pároco” o bem estar existencial (Llosa, 2012, p.38). Porém, hoje ela não consegue ter a força que tinha no passado (ainda que ela esteja muito presente na vida das pessoas), ela deixou de ser o centro existencial para a muitas pessoas, isto é, suas respostas parecem que não satisfazem mais como no passado. Assim, o *sentido da vida, da doença, do sofrimento*, etc apresentados pela religião, *pouco* satisfazem às necessidades oriundas daquele vazio existencial, *pouco* respondem. Onde e como lidar com essas dores da vida? Como dissemos acima, de várias formas, entretanto há dois grandes subterfúgios: entretenimento e consumismo. No fundo, não há uma rigorosa separação entre ambos, pelo contrário, eles se articulam profundamente.

O consumismo transcende o ato de efetuar a compra de um bem ou serviço. Há uma cultura de consumo que estrutura o estilo de vida de muita gente. A resolução de infinitos problemas do cotidiano passa por uma relação mercadológica consumista (contempla o excesso e o supérfluo), parece que vivemos a “era do boleto”. Alguns exemplos. A estética da casa e do carro, o excesso de livros da escola dos filhos, a aquisição frequente de aparelhos celular (com mais inovação tecnológica e novo design), etc. Sem nos darmos conta, somos consumistas *dentro e fora* de casa: nas lojas, no shopping, nos hipermercados, nos camelôs, nos salões de beleza, nas farmácias, etc. Ora, um turbilhão de coisas que compramos *nem sempre* precisamos, *nem sempre* utilizamos. Chega a ser patético, por exemplo, alguém assinar TV com 100 canais: impossível o sujeito assistir 1% desse montante! Para voltarmos ao ponto de partida: qual é a relação do consumismo com as questões existenciais? Há fundamentalmente duas. *Primeiro*, essa dinâmica do consumismo ocupa boa parte de nossas vidas: somos motivados a trabalhar intensamente, entre outras razões, para termos acesso aos bens e serviços, quase sempre, supérfluos e muito caros. Ademais, fruímos com todo tipo de entretenimento boa parte do tempo de nossas vidas. Mas vejam, não é qualquer tipo de lazer ou diversão: habitualmente o entretenimento tem a ver com o consumismo ou procura estimulá-lo. *Segundo*, o vazio existencial deixado pela religião, para muita gente, como vimos, vem sendo preenchido com a prática do consumismo, é como se fosse uma forma de fuga ou subterfugio às questões difíceis acerca da existência. Desta forma, ficamos mais suscetíveis aos diversos apelos em favor do consumismo. Nosso vazio existencial é a vulnerabilidade latente que possibilita a “ocupação”

¹⁰ É possível que a religião ainda cumpra esse papel de aplacar as dores existenciais, principalmente para os segmentos empobrecidos da sociedade (desprovidos de acesso ao consumismo) e ou àqueles que ainda cultuam o fervor religioso.

do consumismo. Nesse sentido, Ferry (2012), evocando Marcuse, acerca do supracitado mecanismo que viabiliza o consumismo denominando-o de *sublimação repressiva* afirma:

(...) quanto mais possuímos valores culturais, morais e espirituais fortes e estáveis – o que os psicanalistas, desde Freud, chamam de “sublimação” – mais temos uma “rica vida interior”, menos nos submetemos à lógica da crise de abstinência do vício que nos impele sempre e irresistivelmente ao consumo desenfreado. A dessublimação ligada ao fortalecimento da sociedade individualista, hedonista, e lúdica, que favorece necessariamente a economia capitalista, produz atitudes consumistas... (Ferry, 2012, p.21)

O consumismo pode contribuir para acentuar conflitos, seja num plano individual, seja numa dimensão classista. Como? Quando a motivação do indivíduo invade o desejo de consumismo e ele não tem recursos suficientes para tal realização, este pode vir a efetuar práticas antiéticas, ilícitas, criminosas e violentas com vistas à concretização de seus objetivos. O tráfico de drogas e a grande criminalidade dos grandes centros – entre outras coisas – tem a ver com o desejo de se ter acesso às maravilhas confeccionadas pela sociedade capitalista, pela recusa em se aceitar baixos salários ou o subemprego, que não é apenas motivada pela dificuldade de se garantir o mínimo para a sobrevivência material. Nessa linha, a classe alta não estaria isenta do processo, uma vez que constantemente ela participa de inúmeros procedimentos visando o seu sucesso independente dos meios éticos para consegui-lo, parece que quanto mais prosperidade menor a possibilidade de adequá-las a práticas em sintonia com a ética. Exemplos temos aos montes em nossa sociedade capitalista. Exploração da força de trabalho (Mais-valia); juros escorchantes dos bancos cobrados aos tomadores de crédito; utilização da violência no campo em favor de latifúndios rurais, etc.

A elite rica consumista de nosso país sequestra quaisquer possibilidades de se construir uma nação com um mínimo de dignidade para todos, pois sua sanha para acumular riqueza – visando consumir – é sua grande marca, pois, como dissemos, os 5% desse grupo têm mais riqueza do que os 95% restantes (Dowbor, 2017). Essa concentração de renda não vem sendo causada pelo consumismo, mas ele contribui muito para a sua manutenção, porque a máxima da sociedade capitalista ainda prevalece: “ser é ter”. Paradoxalmente essa classe não faz desse consumismo algo em benefício da maioria. Ela compra, consome o que se tem de mais caro e luxuoso na sociedade, porém ela *acumula* mais do que *ganha*. Ou seja, aufere tantos recursos que consegue consumir apenas valores irrisórios do seu patrimônio. Ela *imobiliza a riqueza*,

não ajuda na dinâmica econômica¹¹ da sociedade, isto é, acumula, acumula e acumula: aplicação financeira improdutiva; transferência de recursos em paraísos fiscais; ampliação desmesurada de bens caríssimos, a saber, embarcação de luxo, helicóptero, avião, jet-ski (que não pagam 1 centavo de IPVA!); inúmeras propriedades rurais, urbanas... Quando essa elite se exhibe nos meios de comunicação social ou redes sociais elas são invejadas, idolatradas e tidas como “exemplos” para a sociedade, é como se elas realmente merecessem sua riqueza, pois sua “garra”, “inteligência” e “dedicação” foram os precursores de seu êxito, nada mais falacioso!. Todo luxo, pomba, poder, arrogância, acúmulo de riqueza etc. da classe rica é algo que esconde a exploração, torna invisível a opressão à maioria do povo, tudo é lindo, luxuoso, sofisticado, inovador, mas às custas do sacrifício da grande maioria, que não enxerga a riqueza dos ricos como fruto do seu trabalho (das classes populares e classe média), só enxerga os impostos subtraídos pelo Estado, santa ingenuidade. A riqueza dessa elite vem do povo. Isso tudo é escondido, fica invisível: ideologia da felicidade. Como? Ora, a felicidade está associada ao acesso aos bens, a riqueza, mas essa “felicidade” dos ricos é penúria do restante da população, *a maior infelicidade da riqueza é que ela se felicita com a pobreza*

O consumismo tem outra dimensão para se refletir, isto é, com ele altera-se radicalmente as prioridades para as classes sociais. Assim, o supérfluo às vezes é muito mais valorizado do que algo que realmente faz diferença positiva na vida das pessoas. Ou seja, bens e serviços voltados para melhoria da qualidade de vida das pessoas (serviços de educação, saúde, transporte coletivo, moradia, etc) nem sempre é enaltecido na mesma proporção se comparado a algo supérfluo. Neste aspecto, não há classe social que não seja vítima, pois o consumismo se configura numa cultura capciosa, pujante e universal, sua sedução é patente e onipresente. Deveria nos causar surpresa quando víssemos anúncios publicitários onde os preços dos produtos são elevadíssimos para o padrão econômico da maioria. Por exemplo, um aparelho de telefone celular cujo preço é R\$ 3.500,00 (surreal, quando a maioria ganha salário mínimo!) ser anunciado em canal televisivo aberto, onde a maioria pobre tem acesso, revelando que independe do salário que se ganha, procura-se adquirir tal bem. Nas palavras de Buarque (1994):

¹¹ Diferentemente de setores da classe média e alta, as classes trabalhadoras e pobres são cruciais para o desenvolvimento econômico da sociedade, pois estas ao se apropriarem de alguns recursos econômicos aquecem o mercado indo às compras: alimento, roupas, calçados, etc, enquanto nas classes mais favorecidas isto não ocorre com tanta intensidade, uma vez que elas já possuem muito mais bens em razão de terem mais recursos e compõem uma parcela ínfima da sociedade. Em outras palavras, a melhor política econômica do país, entre outras coisas, é aquela que dá acesso às camadas populares ao consumo (Dowbor, 2017).

O maior entrave à erradicação da pobreza está no fato de o brasileiro desejar ser rico antes mesmo de deixar de ser pobre. Deseja mais um carro para cada um do que educação para todas as crianças e saúde para todas as famílias. Prefere viadutos a saneamento. Criou-se na população um padrão de sonhos: alto consumo, em vez do atendimento das necessidades essenciais. Isto formou um imaginário que decide as eleições públicas, que orienta a economia e que na busca do aumento da riqueza, torna-se incapaz de reduzir a pobreza (Buarque, 1994, p. 34).

Não é insólito sabermos que muitas pessoas vivem em situações socioeconômicas sem um mínimo de dignidade, convivendo em moradias precárias, alimentação insuficiente, às vezes desdentadas etc., mas portadoras de aparelhos eletrônicos de elevados preços, aludindo ao celular citado anteriormente. Interessante notar, também, algo muito comum: o sujeito de classes populares não se *identifica* como membro dessa classe (classes populares) em razão de obter tal bem de consumo. Deste modo, sua consciência de classe é engolida pela ilusão de *não pertencer* ao grupo a que *realmente* faz parte. Pensa que o objeto de consumo lhe “salvou” da condição de classe subalterna. Nessa linha, Marcuse (1982) dizia que os produtos e serviços consumidos pelos indivíduos não lhes proporcionaria alienação (estranhamento), como assevera o pensamento marxista com a teoria do fetichismo da mercadoria¹², pelo contrário, gestaria intenso e profundo *reconhecimento* (identificação) dos consumidores nos objetos de consumo, ou seja, sua identidade estava “colada” aos produtos e serviços que consomem. Contudo, se projeta enquanto uma identidade postiça, falsa e, por conseguinte alienante: o *sujeito pobre (não somente o pobre, é claro!)*, por exemplo, quando possuidor de um aparelho de celular de última geração, não muda em nada sua condição de classe! Em outras palavras, sua consciência de classe, isto é, a clareza de pertencer a determinado segmento social menos favorecido é obliterada pela ilusão de possuir determinados bens de consumo, é como se ele acreditasse que não mais é pertencente à classe pobre no instante que se transforma em consumidor de determinados bens de consumo. Assim, sua identificação com a classe média é quase automática, seja em estilos de vida, seja em posturas políticas em sintonia com a visão de mundo de grupos sociais, a quem efetivamente o sujeito pobre não pertence.

Façamos, porém, uma ressalva importante. Jamais queremos dizer que o consumismo é o causador de vida precária (ou que as classes populares não podem ter acesso a inovações tecnológicas, que seria uma visão elitista...), nada disso, só estamos afirmando que a lógica do consumismo fisgou e ganhou a subjetividade do indivíduo, “orientando-lhe” o *que* comprar e

¹² O fetiche da mercadoria se refere, segundo Marx, a processos em que o caráter social da produção do valor das mercadorias se torna invisível, isto ocorre em função da própria forma de funcionamento da sociedade capitalista, ou seja, as mercadorias aparentemente teriam “vida própria” seriam fetichizadas.

como viver. Entretanto, esse “o que” comprar e “como” viver lhe promete mais do que pode lhe fornecer. Assim, a satisfação oriunda da aquisição de tais produtos ou estilos de vida a eles associados, obviamente não alteraria absolutamente nada na sua existência, continuando pobre, humilhado, explorado, sem dignidade e oprimido! Ademais, o consumismo tem uma característica muito parecida com uma droga, lícita ou ilícita; proporcionando a euforia, um certo bem-estar subjetivo, mas com pouca durabilidade; por isso, a dose tem de ser aumentada constantemente, o prazer do consumo está estruturado na permanente insatisfação, parecendo uma droga, em que se desenvolve a tolerância, ou seja, para se ter o mesmo efeito deve-se aumentar frequentemente a quantidade da substância. Qualquer pessoa sabe que o efeito da euforia dura muito pouco, satisfaz cada vez menos, exigindo-se *novas doses, novas compras, novas decepções* (Ferry, 2012).

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente ensaio problematiza alguns atributos daquilo que chamamos *aspectos transindividuais da felicidade*. A ausência desses aspectos incorre num discurso embusteiro acerca da felicidade: ideologia da felicidade.

Existe um paradoxo dialético concernente à ideologia da felicidade: em todos os *aspectos transindividuais da felicidade* - apresentados neste ensaio - há ambivalência que habitualmente se expressa de forma tácita. Ao abordarmos o *individualismo meritocrático* ficou patente a referida ambivalência, pois toda *satisfação* de grupos sociais privilegiados invisibiliza o descontentamento de outros grupos sociais que não têm as mesmas oportunidades para obterem êxito, principalmente do ponto de vista laboral.

Quando refletimos acerca da *banalização do descontentamento* a presença da ambiguidade é inequívoca, isto é, o *senso de sofrimento* ocupa mais a consciência dos indivíduos do que a *consciência do sofrimento*. Assim, o *senso de sofrimento* chancela ainda mais a ausência do *contentamento*, no instante em que se anulam posturas mais críticas sobre o próprio sofrimento.

Quanto à *violência simbólica* prescinde argumentos para evidenciarmos a contradição dialética: o reconhecimento de determinados grupos sociais é efetivado ao se impor seus valores

e visão de mundo, porém, à custa de insatisfação daqueles segmentos sociais oprimidos que, mesmo com sua anuência, vivenciam situações de desconforto.

O *preconceito e a discriminação* também evidenciam o caráter contraditório dessas práticas na vida social, porque só existe vítima se o algoz se *contenta* de alguma forma, seja direta, seja indiretamente. Ademais, muitas formas de preconceito reforçam ainda mais as desigualdades sociais, que *também* somente existem em razão de favorecerem aqueles não são vítimas de determinadas formas de preconceito e discriminação. Contudo, por mais paradoxal que seja, é muito comum as próprias vítimas incorporarem e reproduzirem aquilo que lhes faz mal: o exemplo mais evidente é a identificação da vítima com o agressor.

Refletimos também acerca do paradoxo dialético atinente ao *consumismo*, porque a “felicidade” externada na aquisição de bens e serviços revela exatamente o seu oposto, visto que o exibicionismo consumista refere-se muito mais ao “aparentar contentamento” do que o contrário. Outrossim, nossa insegurança e angústia pode estar por trás do consumismo. Além disso, nem todos têm efetivo acesso aos bens e serviços, uma vez que apenas 1/3 dos membros da nossa sociedade se encontra em plenas condições socioeconômicas para a efetivação do consumismo. Nessa linha, o que parece *somente* atrelado à felicidade, não se torna realidade para a *maioria* da população desprovida de recursos econômicos. Porém, também nas classes populares, ainda que os rendimentos sejam parcos, não é insólito tais grupos sociais priorizarem o supérfluo em detrimento de bens de maior necessidade. Enfim, todos esses aspectos ligados à felicidade, elencados no transcorrer de nossa reflexão, ficam opacos no instante em que a análise prescinde duma postura crítica, viabilizando narrativas pouco esclarecedoras (a literatura de autoajuda é o exemplo mais evidente), onde frequentemente distorcem e falsificam determinadas realidades sociais: ideologia da felicidade.

REFERÊNCIAS

BAUMAM, Zygmunt. **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

BAUMAM, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BOURDIEU, Pierre. **Escritos de educação**. 2ª Ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1998, v. único.

- BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- BUARQUE, Cristovam. **A Revolução nas Prioridades**. São Paulo: paz e Terra, 1994.
- CHAUÍ, Marilena. **Convite à Filosofia**. São Paulo: Ática, 2003.
- DOWBOR, Ladislau. **A era do capital improdutivo**. São Paulo: Autonomia Literária, 2017.
- FERRY, Luc. **A revolução do amor**. Tradução: Vera Lucia dos Reis . Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.
- LLOSA, Mario Vargas. **A civilização do espetáculo**. Tradução: Ivone Benedeti. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.
- MARCUSE, Herbert. **A ideologia da sociedade industrial**. RJ: Zahar, 1982
- SOUZA, Jessé. **A radiografia do golpe**. Rio de Janeiro: Leya, 2016