

Para ler

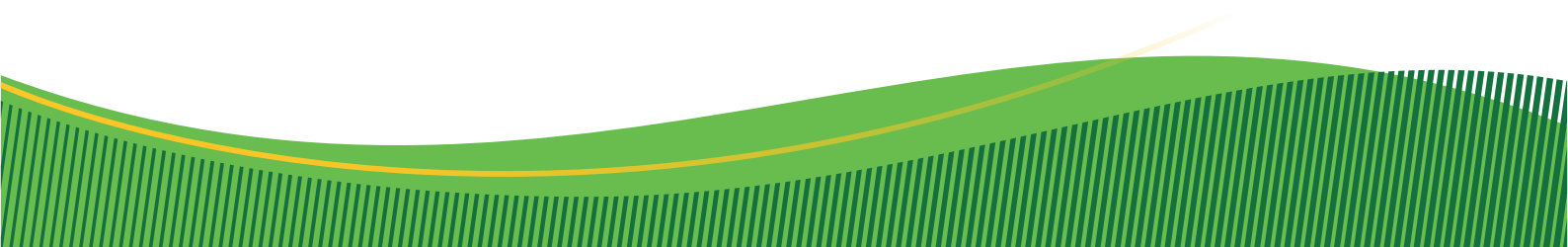
Consumismo e felicidade



| Consumo não é consumismo

O dinheiro possui o significado universal que é ser um meio de trocas, socialmente, estabelece alguns contornos e confere um estilo de vida determinado pela capacidade e oportunidade de alavancagem financeira. Mas, a relação com o dinheiro é absolutamente singular. A forma de gastar, investir e “sentir” o dinheiro está relacionada com os significados inconscientes de cada um. O que representa ter? Quanto é necessário? Tais questões, podem ser respondidas considerando dois aspectos: primeiro, pelas razões concretas de segurança, conforto, empreendedorismo, etc. Segundo, pelos afetos, fantasias e desejos particulares que constituem cada indivíduo. Portanto, considerar a subjetividade é tão importante quanto conhecer as pretensões objetivas. Por exemplo, quantas pessoas racionalmente decidem que vão economizar mais, ou vão parar de fumar ou fazer exercícios regularmente e simplesmente não conseguem? Existe uma determinação genuína, mas é insuficiente. As decisões racionais, sempre são acompanhadas pelas motivações inconscientes e é neste cenário que o consumismo está inserido.

Consumir é fundamental, necessário e prazeroso. Por outro lado, o **consumismo** é prejudicial, dispensável e doloroso. O consumo é limitado, o consumismo é desregrado. Enquanto o primeiro gera uma satisfação mais prolongada, o segundo estabelece rapidamente arrependimentos, angústias e, por vezes, endividamentos. Na realidade, o consumismo que é sempre exagerado e desenfreado, parte de um “endividamento afetivo”. Por motivações afetivas, homens, mulheres e crianças buscam freneticamente a satisfação em algum objeto palpável. Isso tem levado milhões de pessoas em todo o mundo às lojas, com a expectativa de que o bem estar seja ali, encontrado. Estariam todos enganados? Sim e não. Sim porque todos sabem, mais cedo ou mais tarde, que a felicidade, o bem estar verdadeiro e a autoestima não são exteriores, portanto, não podem ser comprados. Ao mesmo tempo, não estão propriamente enganados. Acima de tudo, estão absorvidos pela cultura do ter, ou do parecer ter. Refletir sobre as escolhas financeiras fortalece o seu estilo, sua individualidade e a possibilidade de que você seja um consumidor consciente e não um consumista alucinado.



Quanto custa a felicidade?

Atualmente já estamos suficientemente convencidos da relação entre o dinheiro e as emoções, sobretudo, relacionado à felicidade. Não significa dizer que realmente haja uma ligação direta, mas há uma mentalidade cultural e social que acredita nessa junção. Em decorrência dessa crença se estabelece uma quase obrigatoriedade entre ter dinheiro e ser feliz.

É muito comum ouvirmos: "vou trabalhar neste ritmo até conquistar XXX". Invariavelmente o ritmo de trabalho é alucinante, são horas ininterruptas de negociações, almoços substituídos por lanches, lanches não feitos, exercícios físicos cabulados, maridos, mulheres e filhos relegados. Por vezes, para nos sentirmos mais aliviados, recorremos a Fernando Pessoa na tão conhecida expressão: "tudo vale a pena se a alma não é pequena". Mas também podemos nos lembrar de Vinícius de Moraes e Toquinho quando nos fazem pensar com a música chamada, não coincidentemente, Testamento:

"você que só ganha pra juntar, o que é que há, diz pra mim o que é que há..."

"você que não para pra pensar, que o tempo é curto e não para de passar..."

"você vai ver um dia em fria você foi entrar, por cima uma laje, embaixo a escuridão, é fogo irmão, é fogo irmão..."

Mas ainda que sejam evidentes os riscos, por que muitos se deixam levar pela tirania da busca pela riqueza? Muitas são as explicações, mas vale refletir sobre as hipóteses levantadas por Pascal Bruckner quando diz que "a riqueza é antes de tudo um espetáculo a ser exibido, que regala os olhos, aguça os apetites, alimenta o rancor." E, se aos olhos daqueles que não possuem riqueza o rancor se instala, é compreensível que tal sentimento seja confundido com infelicidade. Além disso, o grande e universal espetáculo que a mídia promove cotidianamente apresenta pessoas felizes ao terem isso ou aquilo e nessa engrenagem, a riqueza passa a ser vista como a via que possibilita as compras, portanto, que viabiliza a felicidade.

E assim, grande parte da civilização busca a riqueza na tentativa de encontrar a felicidade. Melhor dizendo, busca no ato de comprar o encontro com a tão sonhada felicidade. Afinal, a felicidade pode ser comprada? Inúmeros seres humanos partilham a ideia de que as pessoas são condenadas a competição e a insatisfação. Desta forma, ainda que fosse possível, de nada adiantaria comprar a felicidade, porque logo ela seria consumida e a fome de alegrias se abateria novamente sobre os seus compradores, concomitantemente, a riqueza nunca parece bastar. Então, se estamos fadados a conviver com a falta, precisamos investir a maior parte do tempo das nossas vidas, na busca utópica da sensação de completude e preenchimento, sobretudo, através das compras incessantes?

Posso ser mais feliz se tiver mais dinheiro?

Culturalmente, uma das principais consequências do hiperconsumo é o individualismo "todos querem tudo a toda hora, pois se acham merecedores". Além disso, uma particularidade brasileira muito bem retratada pelo antropólogo Roberto DaMatta é o nosso senso de "aristocracia", ou seja, brasileiros se sentem mais e melhores que os outros e usam o espaço público como se fosse privado; é o famoso "sabe com quem está falando?".

Temos a força também da "era descartável", do "aqui e agora", a "era da urgência", e, sobretudo, urgência de satisfação pessoal. Para que as pessoas tenham um consumo que leve em conta o planeta e o futuro é necessário pensar no coletivo, fazer algum sacrifício em prol do planeta e abrir mão de algum capricho ou escolha pessoal. Portanto, culturalmente, temos uma tendência forte de não cuidado.

Se a "batida" social, cultural e em muitos casos de personalidade, é pelo hiperconsumo, sem crítica, apenas pela satisfação individual de comprar e se o mercado espera que sejamos ávidos consumidores, como poderemos ter preocupação com o planeta? Sabemos que produzimos 30% acima da capacidade do planeta. Para que o planeta sobreviva precisamos reduzir nosso consumo médio pelo menos em 30%, você vê um movimento mundial nesta direção? Temos sim, encontrado corajosas e importantes iniciativas de conscientização, mas ainda é muito pouco.

E a felicidade? A neurociência tem comprovado o que a psicanálise anuncia há décadas: a motivação para o consumo é inconsciente. Antes de mais nada, consumir – obviamente além das necessidades básicas (básicas mesmo) – está ligado à ideia de felicidade, por isso queremos mais e mais, para nos sentirmos, mais e mais felizes.

Precisamos refletir se não estamos nos tornando escravos do consumo. Se precisamos comprar tudo e não conseguimos dizer não, somos livres? Se ao ter mais dinheiro, as pessoas continuarão consumindo sem preocupação com o planeta, com os outros ou sem investir no autoconhecimento e evolução, então a resposta é "não". Com mais dinheiro a felicidade não aumenta, porque o dinheiro não traz, não compra e não garante felicidade.

