LARA VOLLMER

mais sentido, MENOS CONSUMO

movimentos, filosofias e teorias que propõem uma vida com mais propósito e menos demandas

Blucher

LARA VOLLMER

mais sentido, MENOS CONSUMO

movimentos, filosofias e teorias que propõem uma vida com mais propósito e menos demandas

Publisher:
Edgard Blücher

Editor:
Eduardo Blücher

Coordenação editorial:
Rafael Fulanetti

Coordenação de produção:
Ana Cristina Garcia

Produção editorial:
Juliana Midori Horie

Revisão técnica:
Marcello Montore

Revisão de texto:
Lígia Alves

Capa, projeto gráfico e diagramação:
Lara Vollmer

Imagens da capa:
Dreamstime (Bota); Depositphotos (Flores)

Mais sentido, menos consumo
Movimentos, filosofias e teorias
que propõem uma vida com mais
propósito e menos demandas

Lara Vollmer © 2025
Editora Edgard Blücher Ltda.

Rua Pedroso Alvarenga, 1245, 4º andar
04531-012 – São Paulo – SP – Brasil
Tel.: +55 (11) 3078 5366
editora@blucher.com.br
www.blucher.com.br

Segundo Novo Acordo Ortográfico, conforme 6. ed. do Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa. *Academia Brasileira de Letras, julho de 2021.*

É proibida a reprodução total ou parcial por quaisquer meios, sem autorização escrita da Editora.

Todos os direitos reservados pela
Editora Edgard Blücher Ltda.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Heytor Diniz Teixeira, CRB-8/10570

Vollmer, Lara
Mais sentido, menos consumo : movimentos, filosofias e teorias que propõem uma vida com mais propósito e menos demandas / Lara Vollmer. – São Paulo : Blucher, 2025.
312 p. : il.

Bibliografia
ISBN 978-85-212-2699-4 (Impresso)

1. Consciência ambiental. 2. Consumo sustentável. 3. Desenvolvimento sustentável. 4. Meio ambiente e a sua proteção. 5. Meio ambiente e sociedade. 6. Conservação ambiental – Medidas sociais. 7. Medidas de conservação ambiental. 8. Comunicação e o meio ambiente. I. Título.

CDU 502.12

Índice para catálogo sistemático:
1. Consciência ambiental CDU 502.12

Conteúdo

Introdução **13**

1. Comunicação e consumo sob o prisma do neoliberalismo **19**
Condição neoliberal e produção de subjetividades 24
Midiatização da vida 26
O egocentrismo e a falsa promessa de liberdade 28
Tempo: subjetividade neoliberal e culto à velocidade 30
A psiquiatrização da vida 33
Consumo e felicidade como imperativos 38

2. Menos consumo, mais sentido **59**
Entre o senso comum e o bom senso 62
Motivações ao não consumo 63
Anomia e vazio de sentido 78

3. Da teoria à prática: quais os caminhos possíveis **81**
Movimentos que incentivam a redução do consumo 83
Teorias e outras convergências ao não consumo 120
Slowsumerismo: uma proposta mais abrangente 136

4. Iniciativas públicas e privadas para a redução do consumo **143**
Planos de ação global 146
Ações públicas pelo mundo 159
Políticas públicas no Brasil 166
Consumo como *statement* 172
Comunicação para o Slowsumerismo 198

5. Quanto estamos dispostos a mudar? 211
A análise dos grupos 214
As entrevistas 221
Conhecendo o entrevistado (Parte 1) 222
Percepções sobre consumo (Parte 2) 225
Percepções sobre valores (Parte 3) 240
Conceitos-chave da pesquisa (Parte 4) 254
Pingue-pongue das subjetividades (Parte 5) 265
A constituição identitária do slowsumidor 270

6. Considerações finais 281

Referências bibliográficas 291

Introdução

Palavra puxa palavra, uma ideia traz outra, e assim se faz um livro, um governo, ou uma revolução; alguns dizem mesmo que assim é que a natureza compôs as suas espécies.
– Machado de Assis[1]

Este livro é o resultado de uma pesquisa embasada em muitas inquietações pessoais. Contudo se faz necessário esclarecer alguns pontos relevantes que me fizeram querer adaptar seu conteúdo para um público mais amplo, e não somente ao meio acadêmico.

O primeiro diz respeito à vontade (pretensiosa, talvez) de contribuir com uma possível e necessária transformação de pensamento e ações, tanto no âmbito coletivo quanto no individual, no que diz respeito aos excessos que o mercado vem nos imputando de forma tão corrosiva. O segundo ponto diz respeito ao contexto em que o livro é problematizado e analisado, ou seja, em uma realidade que se situa predominantemente no mundo ocidental, onde o *consumismo* vem se tornando uma grande cilada para a humanidade e para o meio ambiente.

Cabe aqui distinguir brevemente *consumo* de *consumismo*. Consumo é essencialmente uma característica e uma ocupação dos indivíduos, enquanto o consumismo é um atributo da sociedade. Quando o ato de consumir assume proporções prejudiciais ao indivíduo ou ao meio ambiente, ele pode ser caracterizado como consumismo. O consumo, no entanto, é uma parte indissociável da vida, e, para na visão de sociólogos e antropólogos, vai além das necessidades básicas.

---

1 Trecho do conto "Primas de Sapucaia", de Machado de Assis, publicado originalmente no jornal *Gazeta de Noticias*, em 1883.

As práticas de consumo regem o sistema de reprodução social. Consumir é (se) comunicar, é (se) identificar. Nos dias de hoje, é praticamente impossível dissociar uma necessidade de consumo dos significados agregados a ela. Signos e significações dão valor aos produtos e transcendem o custo real de produção, transformando sujeitos em identidades sociais bem mais elaboradas. Portanto, a função essencial do consumo é *dar sentido* – as mercadorias regem a subjetividade e constroem identidades que se distinguem simbolicamente. Em um campo minado de divergentes interesses políticos, econômicos e ambientais, a mídia age como uma rica fonte de produção de significados, que trabalha a favor do mercado e dos interesses de poucos. A maioria, contudo, está muito distante das questões que abordarei aqui, o que não significa que não mereçam uma qualidade de vida mais digna – é preciso entender que essa maioria será a cada dia mais impactada pelas consequências que o mundo ocidental vem implicando.

As implicações deste mundo saturado de bugigangas e necessidades emergentes coloca em risco não somente a integridade dos indivíduos que efetivamente consomem, mas de toda a humanidade e meio ambiente, e de forma perversa e desigual. Segundo relatórios internacionais, apenas um sexto da população mundial consome 80% de tudo o que é produzido no mundo, sendo que quase metade dessa população ainda luta para satisfazer suas necessidades básicas. Este livro foi finalizado em plena pandemia de Covid-19, momento em que o mundo teve a oportunidade de compreender as reais implicações do abismo social da humanidade, pautado pela morte dos menos favorecidos em uma escala desproporcional e desumana. O pós-pandemia resultou em algo ainda mais discrepante: 1% da população mundial passou a deter 50% do PIB do planeta, ou seja, o mesmo que os restantes 99%.

> *O 1% mais rico do mundo ficou com quase 2/3 de toda riqueza gerada desde 2020 – cerca de US$ 42 trilhões –, seis vezes mais dinheiro que 90% da população global (7 bilhões de pessoas) conseguiu no mesmo período. E na última década, esse mesmo 1% ficou com cerca de metade de toda riqueza criada. Pela primeira vez em 30 anos, a riqueza extrema e a pobreza extrema cresceram simultaneamente.*[2]

2 Dados do relatório da Oxfam, "A sobrevivência do mais rico: por que é preciso tributar os super-ricos agora para combater as desigualdades", lançado em 2023 no Fórum Econômico Mundial, realizado em Davos, na Suíça.

Esse 1% vem ganhando não somente muito dinheiro e poder às custas da exploração humana e dos recursos do planeta, mas também um enorme espaço na mídia e no "coração dos iludidos", gerando uma legião de fãs e seguidores nas redes sociais, onde as consequências têm se mostrado ainda mais devastadoras. Portanto, é preciso buscar uma melhor compreensão sobre o papel da mídia na construção do consumidor e sobre como este pode ou não resistir de forma positiva ao sistema capitalista de ideologia neoliberal, tanto para si quanto para o todo. Quais seriam, portanto, as brechas, as possibilidades de ocupação dos meios públicos e privados, as oportunidades por trás desse complexo sistema midiático que se reinventa a cada dia com o intuito de nos seduzir e cooptar?

A ação cotidiana de consumidores mais comedidos vem se tornando uma forma de micropolítica silenciosa, contagiosa e rizomática que, embora lenta e difícil, carrega um enorme potencial de transformação que pode garantir um futuro melhor para todos. Diversos movimentos e filosofias de vida voltados para esse consumo mais moderado, a exemplo do Minimalismo e da Simplicidade Voluntária, ensejam mudar positivamente perspectivas individuais de bem viver, assim como de todo o contexto social, político e ambiental em que estamos inseridos.

O foco deste livro, portanto, é refletir sobre uma possível e necessária mudança no que diz respeito ao consumo, cujo mote pode ser resumido na máxima "menos é mais". O que leva o indivíduo a renunciar ao consumo de algo ou a diminuir deliberadamente esse consumo? Nessa balança, o que é de fato "menos" e o que é de fato "mais"? Como a mídia e o próprio sistema se reorganizam a partir dessa premissa?

A necessidade de reduzir produção e consumo é recente na história da humanidade, e o debate acerca do consumo mais responsável é amplo e complexo, pois compreende demandas como ecologia e meio ambiente, ética, ativismo, saúde física e mental, globalização, realização e sentido de si e da vida, entre tantas outras questões que se sobrepõem e se inter-relacionam de forma alarmante. Aliás, é também recente a maior aceitação – científica, inclusive – da situação escatológica na qual nos encontramos hoje, o que acentua a necessidade de diminuir produção e consumo, entre outras tantas ações importantes que há muito tempo vêm sendo negligenciadas ou mesmo negadas pela grande maioria de governantes, gestores e cidadãos em geral.

O Sexto Relatório de Avaliação (AR6) do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC) alerta sobre um aquecimento de 1,5 a 3ºC que será ultrapassado ainda nas próximas décadas se não houver

uma profunda redução nas emissões de CO_2 e outros gases de efeito estufa. Os cientistas já não têm dúvidas de que essa mudança climática é causada pela humanidade porque o crescente aumento demográfico é relevante nesse sentido, mas o impacto é muito maior se considerarmos os novos padrões de consumo. Paradoxalmente, o aquecimento global é a maior ameaça à própria humanidade.

O termo *consumir* manteve um caráter negativo por muito tempo, dada a sua origem etimológica: vindo do latim, significa "esgotar, acabar, desgastar, desperdiçar, comer". Seu emprego de caráter positivo e popular se deu apenas em meados do século XX, nos Estados Unidos, vindo a se espalhar rapidamente em consequência de uma nova e acelerada demanda dos mercados – essencial à produção capitalista – e, consequentemente, com a ajuda do marketing, que surge então para alavancar essa demanda. O consumidor foi historicamente construído e vem sendo sistematicamente reinventado, sempre dentro de novos moldes estabelecidos pelo capitalismo.

É uma distopia: em vez de imaginar mundos, a gente os consome. Depois que comermos a Terra, vamos comer a Lua, Marte e os outros planetas.

[Ailton KRENAK, 2020]

Contudo, a humanidade vem avançando muito na conquista de maior conforto e facilidades para as atividades diárias cotidianas. Mas uma pergunta desponta aos menos conformados: qual é o preço que, de fato, se paga por isso tudo? Seria a nova moeda o tempo de vida, como costumava dizer Pepe Mujica, ex-presidente do Uruguai? Por que nos parece que, quanto mais se consome, maior é o vazio que sentimos? Se por um lado os avanços tecnológicos contribuíram tanto direta e indiretamente para nosso desenvolvimento, também trouxeram o paradoxo da sobrevida e da destruição da humanidade.

> *Tudo está pronto, a ponto de ser consumido e não mais exige do homem a construção de um sentido para tal: a poesia deu lugar ao mundo virtual, a sensualidade é objeto de marketing, a privacidade sucumbiu à sedução das comunidades on-line. O corpo está exposto e a intimidade devassada. Os jovens buscam nas drogas alguma compensação para a falta de uma razão de ser e de existir. Mas, o homem mantém sua perplexidade e inquietação na busca de um sentido para a vida. Cabe-nos indagar se isso é alcançável ou não, e, ainda, como fazê-lo (Carneiro; Abritta, 2008).*

Aquela antiga receita de família deu lugar ao bolo dito "caseiro" que está lá na esquina, pronto para ser consumido. Perde-se algo nesse trajeto, e sugerimos aqui que não é algo tão simples ou insignificante, mas parte da essência da existência humana que se encontra em cada ritual do fazer que vem sendo tecido por gerações, ritual este repleto de sentidos

que vão desde a lembrança, a técnica apreendida, o olfato e o paladar e toda uma rica quantia de experiências afetivas que dão lugar ao efêmero e descartável. Ailton Krenak – líder indígena, ambientalista e filósofo – diz que o estilo de vida ocidental "formatou nosso mundo como uma mercadoria" e reproduz isso de maneira tão naturalizada que uma criança que cresce dentro dessa lógica a vive como se ela fosse uma verdade. Krenak faz duras críticas ao que chama de "consumidores do planeta" e caracteriza a ideia de sustentabilidade como um mito que hoje se baseia em vaidades pessoais.

É possível observarmos no mercado um tênue resgate de valores perdidos, tais como "leve a natureza para casa", "do jeitinho que a vovó fazia", "natural como você quer", "igualzinho ao feito em casa". Num movimento de volta às origens, supostamente alavancado pela saturação do modelo tecnicista e predatório de consumo, o capitalismo se apropria de nossas perdas e memórias, transformando-as em espectros mercadológicos.

A resistência a esse modelo produzido e induzido ao consumo, contudo, vem acontecendo e é o objeto principal deste livro. Num primeiro momento analiso essa constituição identitária promovida pela vida automatizada que o sistema capitalista de ideologia neoliberal promove: quais são as subjetividades e consequências das sociedades de hiperconsumo a que esse tipo de consumidor está exposto, e que aqui chamaremos de *neossumidor*? Questões como trabalho, tempo, controle, saúde física e mental, alimentação, egocentrismo, exposição e pertencimento foram analisadas pelo prisma do indivíduo que aprova e se afilia de maneira quase incondicional à sociedade de consumidores, bem como do sistema posto, e relacionadas com o atual *esvaziamento do sentido de si e da vida*, fenômeno cada dia mais comum e inquietante nas sociedades contemporâneas, que vem levando os indivíduos a buscarem outras formas de pertencimento.

Num segundo momento, analiso aquele que passei a chamar de *slowsumidor* – o consumidor que, de alguma forma, resiste ao sistema e à sociedade do consumo em busca de outras formas de pertencimento que não se baseiam mais no que se consome, mas, entre outros fatores, também no que se deixa de consumir. Exploro indícios nesse modelo mais comedido de consumidor que encontra outras maneiras de consumir, de modo a estabelecer uma relação mais autêntica com a vida e a natureza humana.

Talvez – e de forma pretensiosa – a pergunta que mais se aproxima da inquietação que move este estudo possa ser sintetizada como sendo: *qual o sentido da vida na sociedade midiatizada de hiperconsumo?* Se-

ria a redução do consumo uma alternativa plausível para uma condição que entendemos como de esvaziamento de sentido, entre outras tantas questões urgentes? Quais são os elementos que constituem o sujeito que abdica das supostas vantagens do sistema, em um eventual movimento de resistência ao que lhe é dado como ideal de vida? Se o mundo globalizado e saturado não parece dar conta das aflições que implodem sob sua tutela, tais como os crescentes índices de distúrbios mentais – fadiga, estresse, *burnout*, depressão, ansiedade e suicídio –, escassez de recursos e empregos, fome, novas diásporas, guerras, degradação do meio ambiente e tantas outras mazelas da atualidade, então que direção a humanidade poderia seguir para amenizá-las e dar maior sentido à existência humana no que diz respeito ao consumo? Perguntas dantescas, e, ainda que não seja possível responder a elas, espero com este livro poder contribuir para uma reflexão mais ampla sobre o papel da comunicação e do consumo na constituição de um consumidor mais cidadão, responsável e crítico.

Quando eu piso no chão, já não é mais o meu rastro que fica, é o nosso [...] e nossas marcas estão ficando cada vez mais profundas.

[Ailton KRENAK, 2020]

Para este *outro caminho*, trago aqui possibilidades, brechas. Afinal, por que devemos e como podemos mudar nosso estilo de vida e hábitos de consumo? Como resistir aos chamados midiáticos de um sistema tão sorrateiro e sedutor? Quais os movimentos, filosofias e teorias que existem e que nos propõem uma releitura de nós mesmos nessa busca por um estilo de vida com mais sentido e menos consumo? Se você chegou até aqui, certamente irá encontrar neste livro outro caminho, mais leve, pois, como bem disse Krenak, devemos imaginar novos mundos, e não consumi-los.

Boa leitura!

1

Comunicação e consumo sob o prisma do neoliberalismo

Sacrificamos os velhos deuses imateriais, e ocupamos o templo com o Deus Mercado. Ele nos organiza a Economia, a Política, os hábitos, a vida e até nos financia a aparência de felicidade em prestações e cartões. Pareceria que nascemos somente para consumir e consumir e, quando não podemos, arcamos com a frustração, a pobreza e a autoexclusão.[1]
– Pepe MUJICA[2]

Uma pichação na rua dizia: "*Everything is fine, keep shopping*" (Está tudo bem, continue comprando). Olhando ao redor, podia-se observar dezenas de imponentes anúncios ironicamente corroborando aquela transgressora crítica ao sistema, desprovida de qualquer apelo mercadológico.

Mas até quando "estará tudo bem" se continuarmos produzindo e consumindo como temos feito nas últimas décadas?

É preciso buscar uma melhor compreensão sobre o papel da mídia na construção do consumidor e sobre como este pode ou não resistir de forma positiva, tanto para si quanto para o todo. Quais seriam, portanto, as brechas, as possibilidades de ocupação dos meios públicos e privados,

---

1 Frase proferida em discurso de Mujica na Assembleia Geral das Nações Unidas, em 2013.

2 José Alberto Mujica Cordano (Montevidéu, 1935), conhecido popularmente como Pepe Mujica, foi militante e preso político na época da ditadura militar do Uruguai (1973-1985), chegando a ser Presidente do país entre 2010 e 2015, e Senador entre 2015 e 2018. Mujica passou 14 anos na prisão, tendo saído apenas no final da ditadura. Pepe sempre manteve uma vida simples, e ficou conhecido por ter renunciado aos tantos privilégios inerentes ao cargo de Presidente – incluindo parte do salário –, por defender um estilo de vida simples e moderado quanto a bens materiais e, também, pela forma pragmática e pedagógica como fala e reflete sobre o poder político, a pobreza e a globalização. Mujica foi uma das vozes mais respeitadas da tradição política de esquerda da América Latina, exercendo grande influência nas pessoas ao redor do mundo.

as oportunidades por trás desse complexo sistema midiático que se reinventa a cada dia com o intuito de nos seduzir e cooptar?

Estima-se que as grandes empresas multinacionais privadas – embora sejam responsáveis por um avanço científico e tecnológico extraordinário –, obtenham mais de 50% do PIB mundial, monopolizando o poder econômico, financeiro, ideológico e político de forma inédita na história. Essas grandes corporações exploram a mão de obra barata de países pobres e expropriam suas riquezas, configurando o sistema de comércio internacional que hoje conhecemos por meio de inúmeras denúncias feitas por órgãos humanitários em todo o mundo. As políticas econômicas globais que vêm sendo aplicadas nas últimas décadas com base em ideologias neoliberais resultam nesse abismo social que vem aumentando a cada dia: o aumento radical do acúmulo e da expropriação do valor do trabalho, ou seja, ao passo que a concentração de renda aumenta, cresce também a desigualdade social e a extrema pobreza no mundo.

O Relatório Desigualdade S.A. da Oxfam, lançado em 2024, revela que os super-ricos do mundo criaram uma nova era de poder corporativo e monopolista que garante lucros exorbitantes e também controle sobre as economias dos países; revela ainda que essas corporações e seus bilionários alimentam as desigualdades pressionando trabalhadores, negando direitos, evitando o pagamento de impostos, privatizando o Estado e destruindo o planeta.

É natural, portanto, que, na cartilha do "Deus Mercado" a que Mujica se refere, a recomendação seja a de obter o máximo lucro no menor espaço de tempo, não importa a que custo humano. Nesse ínterim, o mundo se tornou incompreensível para a grande maioria dos indivíduos, que, para alcançar e manter a posição social almejada, bem como para proteger sua autoestima contra uma possível exclusão social, atendem prontamente aos chamados do mercado.

Esse consumidor, bem como sua demanda de consumo e estilo de vida, foi problematizado nesta primeira parte do livro, buscando entender quais os mecanismos de poder, controle e vigilância a que ele se sujeita cotidianamente em uma sociedade midiatizada e globalizada – processo que vem supostamente causando o "esvaziamento de sentido de si e da vida", bem como o "distanciamento dos afetos" (Safatle, 2015).

Zygmunt Bauman, em sua obra *Vida para consumo* (2008), aponta e analisa um traço marcante da vida contemporânea, que é a transformação das pessoas em mercadorias e o grande impacto que essa conduta vem causando nas sociedades modernas. Se antes, na *sociedade de produtores* – baseada em segurança e estabilidade –, o produto do trabalho era transformado em mercadoria, na *sociedade de consumidores* as próprias pessoas são agora transformadas em mercadoria. O autor afirma que a sociedade de consumidores exerce "pressões coercitivas sobre seus membros desde a infância e ao longo de suas vidas", deixando a administração do corpo por conta dos indivíduos "espiritualmente treinados e coagidos". As crianças estabelecem uma dependência de

consumo antes de aprenderem a ler ou escrever, pois todos devem ser "consumidores por vocação". Essa mudança de foco exigiu uma mudança de "hábitat natural", agora composto por shoppings e ruas comerciais que exibem seus produtos e divulgam seus serviços. Muitos autores e críticos contemporâneos apontam para essa tendência do indivíduo de *empreender a si mesmo*, o que configura uma estratégia individual sem qualquer vínculo coletivo ou proteção social fornecida pelo Estado – algo bem conveniente aos que governam – e, portanto, inviável a longo prazo para o próprio indivíduo, que tende a sucumbir psicologicamente, e para uma sociedade que busca ser mais justa e igualitária.

O fato de estarmos sempre nos ressignificando como indivíduos e sociedade faz com que a nossa condição como consumidores seja igualmente mutável, sempre de acordo com a razão de ser e viver vigentes. A geração *baby boomer*,[3] por exemplo, foi protagonista de uma transformação cultural importante e abrangente, que desencadeou uma nova forma de ser e de consumir que não pode ser ignorada. Alinhada ao efervescente capitalismo – que se consolidou por meio do mercantilismo para culminar na Revolução Industrial com seus novos processos de manufatura e que, a partir daí, não parou de evoluir –, essa geração confiou que o trabalho árduo seria o caminho para o alcance do conforto e do *status* que só a produção poderia oferecer, e que suas conquistas materiais lhes trariam uma vida melhor do que a geração anterior teve, ao conviver com a guerra e seus parcos recursos. Os *baby boomers* se destacaram como a geração mais rica da história até então, podendo permanecer nesse posto por muito tempo.

De acordo com o Centro Internacional de Longevidade Brasil (ILC-BR),[4] em 2018 o Brasil tinha cerca de 30 milhões de pessoas na faixa etária 60+, cujo empoderamento fez nascer a *revolução da longevidade*, termo cunhado por Alexandre Kalache – importante sanitarista e gerontólogo, e atual presidente do ILC-BR –, que prega um envelhecimento mais ativo. Kalache também vê os *baby boomers* como importante nicho mercadológico que não deve ser negligenciado.

Vendendo-se como libertária, a nova opressão do capitalismo financeiro não censura, não silencia, não impede, não proíbe. Não recorre a nenhum dos dispositivos de dominação normalmente associados ao exercício do poder. Ao contrário, ela nos estimula a contar nossa vida, a nos comunicarmos, a expor nossos desejos e preferências. Isso tudo como se estivéssemos curtindo, gostando, fruindo nossa liberdade individual.

[Jessé de SOUZA, 2018]

3 *Baby boomers* configuram a geração que nasceu após a Segunda Guerra Mundial, entre 1945 e 1964, quando houve um súbito aumento de natalidade em todo o mundo – fenômeno conhecido como *baby boom* e que deu origem ao termo. Essa geração viveu a Ditadura Militar no Brasil (1964-1985), e cresceu acreditando que existiria um milagre econômico e a explosão das estatais. Os *baby boomers* foram sempre muito fiéis no trabalho, permanecendo por muitos anos no mesmo emprego. Gostam da estabilidade financeira, trabalham demais, são bons consumidores, mas não gostam de inovação e não ligam para a opinião dos outros (fontes diversas).

4 O Centro Internacional de Longevidade Brasil (ILC-BR) é uma organização independente, criada como uma usina de ideias (*think tank*) em março de 2012, no Rio de Janeiro.

Segundo Kalache, esse público ainda representa um mercado consumidor muito importante, pois é sedento por novos horizontes e detém alto poder de conversão, algo bem diferente do que aconteceu nas gerações anteriores.

Certamente, as pessoas envelhecem em contextos diferentes em relação aos de gerações anteriores e influenciam as novas gerações em muitos aspectos, para o bem e para o mal. O consumidor da atualidade vem se constituindo com base nos princípios de trabalho e acúmulo iniciados com a geração *baby boomer*, o que vem sendo tecido ao longo do tempo em sociedades capitalistas, havendo ainda muita especulação científica sobre como e se isso tudo pode ou não mudar num futuro (nem tão) próximo.

A riqueza do Brasil está nas mãos de pessoas com mais de 55 anos. Temos R$ 1,5 trilhão, que é a riqueza acumulada entre esse público. Com a crise contínua, é fundamental que as empresas abram os olhos. [...] Precisamos acompanhar as tendências, porque vamos envelhecer diferentemente dos nossos avós e pais. Toda essa dinâmica vai mudar.

[Alexandre Kalache, Presidente do International Longevity Centre-Brasil e copresidente da Global Alliance of International Longevity Centres]

Condição neoliberal e produção de subjetividades

> *Quando eu compro o mundo fica melhor,*
> *o mundo é melhor. E depois deixa de ser.*
> *Aí eu compro outra vez.*
> *– Becky Bloom*[5]

Em um contexto em que o *pensar* foi deixado de lado para que se tenha o êxito prometido pelo *status* do *ter* – algo esperado pela necessidade de distinção e pertencimento –, busca-se a todo custo a *razão de ser e viver*. E assim, como para Becky Bloom, o *ter* parece não sustentar o mundo melhor por muito tempo na sociedade do hiperconsumo.

O capitalismo neoliberal incita o "ideal empresarial de si" como dispositivo disciplinar, fazendo com que os indivíduos racionalizem suas ações em prol de uma dinâmica de maximização de performances. A busca por um eu performático e producente, ou seja, altamente "mercadológico", é frenética e perene. Esse fenômeno paradoxal da contemporaneidade acarreta danos em nossa experiência sensorial, perceptiva, cognitiva e existencial, levando-nos a um estado tóxico de busca por recompensas instantâneas. Byung-Chul Han, influente filósofo da atualidade, traduz essa aceleração da vida com a carência de ser:

> *Precisamente à vida desnuda, que acabou se tornando radicalmente transitória, reagimos com hiperatividade, com a histeria do trabalho e da produção. Também o aceleramento de hoje tem muito a ver*

5 Becky Bloom é a personagem central do filme *Delírios de consumo de Becky Bloom* (2009).

> *com a carência de ser. A sociedade do trabalho e a sociedade do desempenho não são uma sociedade livre. Elas geram novas coerções. A dialética de senhor e escravo está, não em última instância, para aquela sociedade na qual cada um é livre e que seria capaz também de ter tempo livre para o lazer. Leva ao contrário a uma sociedade do trabalho, na qual o próprio senhor se transformou num escravo do trabalho. Nessa sociedade coercitiva, cada um carrega consigo seu campo de trabalho. A especificidade desse campo de trabalho é que somos ao mesmo tempo prisioneiro e vigia, vítima e agressor. Assim, acabamos explorando a nós mesmos (Han, 2017).*

O que se nos apresenta é um sistema político-econômico tão penetrante que mal pode ser reconhecido como ideologia, mas que, no entanto, mostra-se como uma condição que remodela a vida humana, mudando o lócus do poder. Dentre tantas mazelas correntes no cotidiano contemporâneo – desgaste da saúde física e mental, resultando em depressão, ansiedade, estresse, suicídio –, podemos observar também outras características inculcadas por esta lógica econômica vigente, a exemplo da competição, autopromoção, egocentrismo, orgulho e vaidade, que agora imperam e redefinem os modos de *ser* e de *viver* dos indivíduos.

A visibilidade do poder é burra.

[Jessé de SOUZA, 2018]

Os valores que regem nossas ações e comportamentos são cada vez mais sociais e compartilhados, e não mais individuais como antes, fazendo com que o indivíduo não tenha mais noção de sua sujeição, o que torna muito eficaz a força invisível de poder e hierarquia moral a que se sujeita diariamente. Parece não haver maior e mais eficiente (e paradoxal) mecanismo de poder e controle do que a promessa de liberdade individual de *ser e viver*: uma subordinação implícita ao poder neoliberal do capitalismo, cuja grande estratégia tem sido eliminar a visibilidade da opressão da consciência do oprimido.

Sobre essa importante mudança de estratégia de exercício de poder, a punição, que antes era marcada pelo sofrimento físico, foi substituída por técnicas de disciplina e vigilância que se espalharam de maneira gradual e imperceptível pela sociedade a partir do século XVIII. O filósofo Michel Foucault[6] se debruçou sobre a genealogia dessa nova economia política do poder, uma maneira de garantir o sistema vigente e legitimá-lo enquanto domínio do Estado sobre as massas de populações.

---

6 *Vigiar e punir: o nascimento da prisão* é um livro do filósofo Michel Foucault, publicado originalmente em 1975 na França. Nessa obra, Foucault analisa a evolução da punição no Ocidente, desde a Idade Média até o século XIX, argumentando que a pena, ao longo do tempo, deixou de ser um espetáculo público de violência física para se tornar uma forma de controle e disciplina.

O neoliberalismo, portanto, se constitui como uma racionalidade e não como uma teoria político-econômica, tampouco uma ideologia imposta, pois ele é a própria razão que constitui os sujeitos. A subjetivação neoliberal organiza a sociedade e sua estrutura em um nível global e local, justamente por suplantar a esfera político-econômica e englobar todas as demais dimensões do indivíduo, condicionando-o em relação ao *ser, estar* e *fazer* no mundo. Trata-se de uma *nova forma de ver e sentir o mundo*, estabelecida por um conjunto de discursos, práticas e dispositivos marcados pela "livre" concorrência do mercado e pelo egocentrismo e individualismo do indivíduo, agora movido por uma contínua e progressiva necessidade de autopromoção e eficiência.

Uma considerável difusão de estilos de vida sugestionados pelo mercado por meio de valores de uso subjetivados demonstra ser hoje importante parte desse mecanismo de controle adotado pelo sistema contemporâneo. Essa subjetividade toda, amplamente validada pela mídia, vem afastando o sujeito de seus afetos, ocasionando um *vazio de sentido* de grandes proporções e consequências explícitas para a vida cotidiana nas grandes cidades. O resultado é o estabelecimento de uma violência simbólica, que tem como objetivo persuadir, e que exclui a possibilidade de reflexão a um sujeito que não é nem tão livre como imagina e nem tão feliz quanto lhe foi "prometido".

Midiatização da vida

> *A economia é o método.*
> *O objetivo é mudar o coração e a alma.*
> *– Margaret Thatcher*

Margaret Thatcher, juntamente com Ronald Reagan, protagonizou essa mudança de subjetividade nos idos de 1980. O objetivo do neoliberalismo, conforme bem definiu Thatcher em entrevista cedida à televisão inglesa na época, era "mudar o coração e a alma dos indivíduos", e seu grande trunfo – apesar das recorrentes crises que as sociedades capitalistas enfrentam – foi ter conseguido se infiltrar em todas as relações sociais ao penetrar no coração e na alma das pessoas. O neossujeito se organiza à luz dessa racionalidade neoliberal, ou seja, como se sua vida fosse de fato uma empresa. Ele age como gestor e produto de si mesmo, concorrendo com os demais indivíduos no mercado de trabalho e na vida. Seus valores são pautados pela eficiência, produtividade e custo-benefício, girando em torno de seu próprio interesse e ignorando o interesse comum, da comunidade em que vive.

No neoliberalismo, portanto, não há mais imposição da força, pois o sujeito se autopolicia.

Para compreender melhor como o indivíduo é abraçado pelo sistema neoliberal em detrimento de sua própria natureza, trago como exemplo alguns recursos da grande indústria de autopromoção a que ele é constante e regularmente submetido e que o leva a uma *redução psíquica*, da qual se deve ter consciência e clareza para que se possa, inclusive, combatê-la. A transformação do coração e da alma é consumada quando o indivíduo internaliza esse "ideal empresarial de si".

Nesse regime, as mídias exaltam um novo consumo: o de *fazer-se*. O sujeito é continuamente compelido a investir em sua autopromoção, tornando-se ele próprio um projeto de empreendimento que não pode falhar. Para que esse plano de autoenaltecimento funcione há muitos recursos disponíveis na atualidade, promovidos incessantemente pelo *coaching midiático*:

> *Entende-se como 'coaching midiático' a promoção de modos de ser e estilos de vida baseados em práticas de consumo na pedagogia social desenvolvida pelos mais diversos dispositivos midiáticos. De modo mais explícito, a prática desse tipo de tutoria social pode ser encontrada nos* reality shows *de transformação. Nos chamados* makeover shows*, especialistas de todo o tipo executam procedimentos diversos e oferecem consultoria sobre técnicas e truques para "turbinar" a aparência física, a decoração e a organização do lar, a alimentação, o cuidado com os filhos, os encontros sociais e outras rotinas do dia a dia. No intuito de engajar os sujeitos no* ethos *da transformação, inseri-los na busca interminável e ostensiva por versões mais adequadas deles próprios, utiliza-se a autoestima como moeda de troca na prescrição de modos de ser e de viver considerados condizentes segundo as lógicas de consumo regidas pelos patrocinadores (Castro, 2016).*

Consumir, portanto, significa investir na afiliação social de si próprio, o que, numa sociedade de consumidores, traduz-se em vendabilidade.

[Zygmunt BAUMAN, 2008]

A idealização de uma vida boa foi substituída pela de uma vida a ser invejada, e todos agora querem ser ricos, famosos e belos. Muito disso se deve ao fato de a mídia estar hoje impregnada em todos os poros da sociedade, mais especificamente no cotidiano dos indivíduos que transitam neste mundo globalizado, um processo conhecido como *midiatização da cultura*.

Há, contudo, uma diversidade de definições sobre midiatização, e a sua compreensão nesse contexto se dá a partir do conceito socioconstrutivista, ou seja, um processo voltado às práticas de comunicação cotidianas,

em especial as relacionadas à mídia digital e à comunicação pessoal, e que enfatiza a construção comunicativa em transformação da cultura e da sociedade. Disso decorre, no entender da discussão que aqui se desenvolve, que a mídia exerce um importante papel na formação do sujeito contemporâneo, localizado em um contexto globalizado, submetido ao modo de ser neoliberal.

Podemos entender que a sociedade contemporânea orienta-se pela tendência à virtualização ou territorialização das relações humanas, e é de grande importância compreender como a comunicação passou a integrar o plano sistêmico da estrutura de poder através das plataformas de dados e de tantos outros instrumentos de "infocontrole" e "data-vigilância". Estaria em desenvolvimento, portanto, o que podemos chamar de a*gendamento midiático de cunho neoliberal,* que busca certa homogeneização calcada no fascínio pela tecnologia e pelo mercado, algo muito partidário ao sistema vigente.

Por midiatização da sociedade, entendemos o processo pelo qual a sociedade, em um grau cada vez maior, está submetida a ou torna-se dependente da mídia e de sua lógica. [...] Como consequência, a interação social – dentro das respectivas instituições, entre instituições e na sociedade em geral – acontece através dos meios de comunicação.

[Stig HJARVARD, 2014]

O egocentrismo e a falsa promessa de liberdade

Não há aqui a pretensão de enquadrar o neossujeito em uma visão totalizante e linear de "gestor de si", o que seria um exagero. Obviamente, nem todas as pessoas são assim, tampouco o tempo todo, mas o argumento é o de que essa seria a tônica dominante de nosso *ethos* contemporâneo. A questão então é saber por que essas pessoas atendem a essa racionalidade neoliberal, mesmo tendo conhecimento de seus tantos infortúnios. Provavelmente porque há uma fundamentação moral na racionalidade neoliberal: a ética da responsabilidade individual, ou seja, o sucesso ou fracasso dependem única e exclusivamente de cada um, uma espécie de falso livre-arbítrio.

Ser *empresário de si*[7] demanda grande esforço e investimento, e requer uma perspectiva autocentrada que promete ao indivíduo uma boa posição nos correntes *rankings* de beleza, poder, *status* e (suposta) liberdade. A estratégia neoliberal internalizou no indivíduo a necessidade de um

7 Michel Foucault, em curso ministrado no Collège de France intitulado *Nascimento da Biopolítica* (1978-1979), foi quem primeiro desenvolveu a ideia de "empresário de si", termo que tem sido utilizado por vários autores contemporâneos com o intuito de atualizar seu pensamento no contexto neoliberal da atualidade. "No neoliberalismo – e ele não esconde, ele proclama isso –, também vai-se encontrar uma teoria do *homo oeconomicus*, mas o *homo oeconomicus*, aqui, não é em absoluto um parceiro de troca. O *homo oeconomicus* é um empresário, é um empresário de si mesmo. Essa coisa tão verdadeira que, praticamente, o objeto de todas as análises que fazem os neoliberais será substituir, a cada instante, o *homo oeconomicus* parceiro da troca por um *homo oeconomicus* empresário de si mesmo, sendo ele próprio seu capital, sendo para si mesmo seu produtor, sendo para si mesmo a fonte de sua renda" (Foucault, 2008).

constante trabalho de autovigilância e controle sobre critérios oriundos da dinâmica do mundo empresarial – tais como produtividade, eficiência e sucesso. O ideário neoliberalista, portanto, busca incessantemente a sujeição do indivíduo por meio das forças da lógica empresarial de acumulação e intensificação que determinam as ações dos sujeitos a partir da produção do valor.

Distante agora de seus afetos e natureza, o neossujeito é compelido à maximização de suas performances. Tal formatação de corpo e subjetividade é um processo contínuo, em uma batalha sem fim entre forças divergentes. Nesse encadeamento, o capitalismo deste século se alimenta das resistências que encontra e as converte em mercadoria, utilizando dispositivos para se legitimar, como o estímulo ao egocentrismo e à vaidade: o sujeito é impelido a ser mais e melhor, a ter mais e a querer sempre mais.

Muitos estudos na área da psicologia relacionam o egocentrismo a um sentimento social infantil que leva à separação: o egocêntrico busca mais a cumplicidade do que o convívio com o outro, o que conversa com a ideia de "assalto à alma e aos afetos" promovido pelo capitalismo.

Sem pretensão de aprofundamento no campo da psicologia, é possível afirmar que, mais um paradoxo do que uma visão de mundo, o egocentrismo não liberta, mas aprisiona o sujeito em si, o que não significa que ele tenha maior conhecimento sobre si. O egocêntrico tem dificuldade em demonstrar empatia, portanto não consegue se colocar no lugar do outro porque está constantemente ocupado com o seu "eu" e interesses próprios.

Fazer-se é a nova ordem. Para o indivíduo, no entanto, a realização disso representa um inesgotável investimento de tempo e energia na definição de um novo indivíduo, com um perfil que atenda às demandas desse novo modelo de si mesmo. Sem mencionar os aspectos emocionais mobilizados pela ansiedade e dúvida que o desafio apresenta. E, para ajudá-lo nessa incumbência, desponta uma legião de *coaches* – membros de uma verdadeira indústria de exploração das fraquezas humanas e incentivo à competitividade – para indicar o caminho, montar estratégias e lançar seus afortunados ao insaciável mercado de trabalho. O trabalho é o que importa ao ideário neoliberal, e pouco sabe o indivíduo que ele será seu algoz no regime de dominação e controle em andamento.

> *Os indivíduos são submetidos a uma ordem simbólica e moral socialmente construída que determina até mesmo o próprio sentimento que possuem acerca de si mesmos. Essa eficácia da moralidade e da realidade simbólica é tanto maior quanto menor a consciência que se tem dela. Sem consciência da realidade que nos molda, somos vítimas ainda mais impotentes de sua força.*

[...] a própria ideia de que somos, em nossos sentimentos mais íntimos, determinados por uma moralidade social que se manifesta sem que tenhamos qualquer controle, é algo que assusta e incomoda muita gente. Para esse tipo de público, é confortável achar que os indivíduos escolhem a vida, criam suas próprias ideias morais e obedecem apenas a si mesmos. Todo-poderoso, o ego inflado e infantilizado é presa fácil de todas as legitimações da indústria cultural e da grande imprensa venal (Souza, 2018).

O controle é o novo modo pelo qual se exerce o poder, e ele se distingue da disciplina no que diz respeito à disposição do tempo e do espaço. Se a disciplina abalizava o espaço por territorializações, o controle o faz por processos de desterritorialização. A condução dos fluxos agora é canalizada, e a potência de um corpo deve ser controlada a partir de dentro, capturando o desejo. Antes, o tempo era marcado pelo relógio, mas nas sociedades de controle o tempo cronológico é entendido como sendo pouco produtivo e sua captura se dará de forma diversa, desde que mais conveniente e permanente. Neste sistema, a linguagem é feita por cifras, e a conta não fecha mais.

O controle é de curto prazo e de rotação rápida, mas também contínuo e ilimitado, ao passo que a disciplina era de longa duração, infinita e descontínua. O homem não é mais o homem confinado, mas o homem endividado. É verdade que o capitalismo manteve como constante a extrema miséria de três quartos da humanidade, pobres demais para a dívida, numerosos demais para o confinamento: o controle não só terá que enfrentar a dissipação das fronteiras, mas também a explosão dos guetos e favelas.

[Giles DELEUZE, 1992]

Essa violência simbólica que se vende como convencimento retira a possibilidade de reflexão, e o sujeito já não é mais livre, tampouco autônomo como lhe parece. No contexto mercadológico capitalista, o trabalho produtivo é um meio para fins impostos pelo próprio mercado, de fora para dentro, e o indivíduo é levado a se submeter sob pena de ser considerado, até mesmo por ele próprio, um fracassado na vida.

Tempo: subjetividade neoliberal e culto à velocidade

Inventamos uma montanha de consumo supérfluo, e é preciso jogar fora e viver comprando e jogando fora. E o que estamos gastando é tempo de vida. Porque quando eu compro algo, ou você, não compramos com dinheiro, compramos com o tempo de vida que tivemos de gastar para ter esse dinheiro. Mas com esta diferença: a única coisa que não se pode comprar é a vida. A vida se gasta. E é miserável gastar a vida para perder a liberdade.
– Pepe Mujica[8]

8 Trecho de entrevista com Mujica para o documentário *Human*, de 2015.

Tudo indica que essa subordinação ao sistema capitalista a que Mujica se refere vem causando grandes transtornos na vida contemporânea. Como numa bola de neve ladeira abaixo, o indivíduo vai consumindo a tudo e a si mesmo em rápida e progressiva escala. Parece haver nessa condição do sistema capitalista uma cruel armadilha, pois cada vez mais se precisa de mais para ter mais, o que torna a vida nas grandes cidades automatizada e frenética. Não parece haver mais muito tempo ou espaço para a contemplação, o ócio, a apreciação, o encantamento, pois, como afirmam as expressões contemporâneas, "a roda precisa girar" e "tempo é dinheiro".

Podemos perceber tempo e espaço como categorias fundamentais na experiência de mundo. Há, porém, uma variedade de formas de entendê-las, e essa diversidade pode ser conflitante em vários níveis: entre grupos, nações, estilos de vida, formas de ver o mundo e nas idiossincrasias de modo geral. A condição pós-moderna pode ser compreendida como um período de compressão do tempo-espaço, implicando desorientação e ruptura nas práticas político-econômicas, no equilíbrio das classes e sobre a vida social e cultural. O sentido dessa compreensão tempo-espaço seriam unicamente fins de dominação.

Os indivíduos são compelidos à "manipulação do gosto e da opinião" através da construção de novos signos e imagens pela mídia, cunhados principalmente por referências diretas ao dinheiro, sexo e poder.
As imagens agora são as novas mercadorias, cuja "efemeridade" e "comunicabilidade instantânea no espaço tornaram-se virtudes a serem exploradas e apropriadas pelos capitalistas para os seus próprios fins".

[David HARVEY, 1992]

Muitas das alterações na percepção do tempo são consequências de mudanças organizacionais, tais como o sistema *just in time*, novas tecnologias de controle eletrônico, de produção em pequenos lotes que reduziram o tempo de giro em diversos setores da produção, fazendo com que as pessoas tivessem que intensificar o processo de trabalho, o que causou uma aceleração na desqualificação e requalificação necessárias ao atendimento de novas necessidades laborais. Também o consumo sofreu grandes alterações com os sistemas de aperfeiçoamento de comunicação e de fluxo de informações, associados com a racionalização nas técnicas de distribuição e logística, que possibilitaram a circulação de mercadorias no mercado a uma velocidade maior por meio de bancos eletrônicos 24 horas, cartões de crédito e, mais recentemente, aplicativos e dispositivos para pagamentos e outras transações online.

Essa aceleração tende a mudar as formas de pensar, sentir e agir, assim como busca mudar de forma complexa a maneira de consumir. Foi justamente essa dinâmica de *descarte* que incita os indivíduos a substituir continuamente valores, estilos de vida, relacionamentos etc.

> *[...] por intermédio desses mecanismos (altamente eficazes da perspectiva da aceleração do giro de bens no consumo), as pessoas foram forçadas a lidar com a descartabilidade, a novidade e as*

perspectivas de obsolescência instantânea. "Em comparação com a vida numa sociedade que se transforma com menos rapidez, hoje fluem mais situações em qualquer intervalo de tempo dado – e isso implica profundas mudanças na psicologia humana" (Toffler apud *Harvey, 1992).*

A fragmentação, indeterminação e intensa desconfiança dos discursos "totalizantes" são o marco do pensamento pós-moderno. O pós-modernismo marca o fim dessas "metanarrativas" cujo objetivo era legitimar a ideia de que a história humana é universal. De certa forma, essa deslegitimação e simplificação excessivas do pensamento acarretaram outras tantas desestabilizações para que a volatilidade da vida se instaurasse a favor do mercado e de seus interesses.

O relógio serve, portanto, como emblema e como sintoma, expressando em seu corpo maquínico a intensificação e a sofisticação da lógica disciplinar na sociedade de controle.

[David HARVEY, 1992]

O capitalismo nasceu na era industrial, cujos principais emblemas eram mecânicos, e, dentre tantos – a exemplo das locomotivas e máquinas a vapor –, o relógio foi o mais emblemático, principalmente no que diz respeito às transformações na sociedade ocidental em sua difícil transição rumo ao industrialismo e à lógica disciplinar. Esse simbólico aparelho surgiu em mosteiros na Idade Média devido à necessidade de regulação e ordenação da disciplina e do trabalho, e sua utilização se expandiu rapidamente para as cidades com os mesmos fins regulatórios, fosse no sino da igreja para chamar os congregados, ou mais tarde nas fábricas, escolas e outras instituições com fins disciplinares, caracterizando as "sociedades disciplinares" apontadas por Deleuze (1992). Com o relógio, uma subjetiva violência submeteu os indivíduos às implicações desse novo esquadrinhamento do tempo, o que na época também gerou outras formas de ser e estar no tempo-espaço.

O *tempo* está no cerne do capitalismo social midiatizado, tal qual uma imposição burocrática que afeta os indivíduos de forma regular e sistematizada. Com a transição do relógio analógico para o digital, o tempo teria perdido seus "intervalos", sendo que o próprio aparelho tende ao desaparecimento, diluindo-se por toda parte e em todas as instâncias reguladoras da sociedade pós-moderna: nos painéis dos carros, nas ruas, em prédios, nos celulares, televisores, nos fornos de micro-ondas e até mesmo na cafeteira utilizada no intervalo de uma reunião de negócios.

Vivemos, portanto, nesta sociedade voraz no sentido de tempo e aceleração, e vazia no que diz respeito aos afetos. Rotinas, agendas, a própria organização do tempo em cronogramas a serem cumpridos, horários determinados, reuniões e tantas outras demarcações temporais que somos pressionados a cumprir diariamente são situações que genuinamente

nos consomem. A sociedade capitalista pós-moderna tornou-se essa máquina semiótica, produtora de modos de pensar, agir, sentir e viver, e a cidade é hoje um grande observatório para pensar e estudar essas subjetividades que interpelam o sujeito-consumidor continuamente. Pretendo confrontar esses modelos *prét-à-porter* com uma conduta mais autêntica e compassiva que claramente traria mais benefícios do que transtornos socioemocionais aos indivíduos, e, para isso, é preciso fomentar alguma racionalidade alternativa fundada na cooperação, solidariedade e desaceleração da vida.

A psiquiatrização da vida

Como então evitar os preceitos do neocapitalismo e suas estratégias sedutoras de controle em uma sociedade hiperindividualista e de hiperconsumo, na qual o subconsumo é sinônimo de fracasso? Se por um lado o capitalismo de hiperconsumo livra o indivíduo da miséria absoluta, por outro ele aumenta a miséria interior e o ressentimento de viver uma vida às margens, sem o acesso à *felicidade consumista* prometida a todos.

> *Cada um, ao menos em espírito, é um hiperconsumidor. Os indivíduos que foram educados em um cosmo consumista e que não podem beneficiar-se dele vivem seu estado com um sentimento de frustração, de autodesqualificação, de fracasso pessoal. Depender da assistência social, economizar no necessário, calcular tudo, privar-se em tudo, não poder equilibrar o orçamento: em uma era de consumo crescente, o subconsumo é portador de exclusão, de vergonha de si mesmo, da autoestigmatização (Lipovetsky; Serroy, 2011).*

Essa condição, ainda segundo Lipovetsky e Serroy, leva o indivíduo a uma crescente e generalizada desorientação, típica desta época e da "cultura-mundo"[9] que se impõe, modificando todo o sentido e o funcionamento das culturas tradicionais herdadas ao longo da história.

Enquanto isso, a cooptação dos indivíduos visando à produtividade continua em curso acelerado, numa busca incessante de mecanismos de poder em produtos midiáticos, que são reinventados à medida que os modelos antigos mostram sinais de esgotamento. Sujeito-paciente

9 A cultura-mundo é constituída por cinco grandes lógicas: o mercado, a ciência, a informação, a indústria cultural e as novas tecnologias de comunicação e a individualização. Esses cinco vetores estariam presentes em todo o planeta, em graus diferentes, e funcionariam como vetores de unificação planetária uma vez que aproximam as sociedades – as estruturas e lógicas de modernidade seriam semelhantes para todos (Lipovetsky; Serroy, 2011).

desse processo, cada vez mais acrítico, automatizado e quantificado, o indivíduo caminha em direção oposta ao seu espírito, na tentativa de responder às demandas que lhe surgem como falsas propostas de liberdade por meio de novos estilos de vida.

Como uma forma sofisticada de opressão, essa suposta liberdade de ser e viver, que leva os indivíduos a crerem que seu sucesso ou fracasso depende unicamente de si mesmos, desencadeia um número assombroso das mais diversas doenças sociais, entre elas o esgotamento, a síndrome de *burnout* e o estresse, ou problemas mais sérios como transtornos de ansiedade, a síndrome do pânico, a depressão e, no pior dos casos, o suicídio. Ao irmos contra nossa natureza, estamos nos tornando "escravos por livre escolha", diz Jessé de Souza (2018), pois esses rituais de poder "ajudam a obscurecer a obediência cega a uma vontade impessoal e heterônoma". Não é de estranhar que essa condição neoliberal não resulte em boas estatísticas quando o assunto é a saúde física e mental do indivíduo.

De acordo com estudo epidemiológico a prevalência de depressão ao longo da vida no Brasil está em torno de 15,5%. De acordo com a OMS, a depressão situa-se em 4º lugar entre as principais causas de ônus, respondendo por 4,4% dos ônus acarretados por todas as doenças durante a vida. Ocupa o 1º lugar quando considerado o tempo vivido com incapacitação ao longo da vida (11,9%). A época comum do aparecimento é o final da 3ª década da vida, mas pode começar em qualquer idade.

[Ministério da Saúde, 2024]

A depressão, enquanto patologia social, é um sintoma da sociedade neoliberal, caracterizada por um esgotamento do "ser", algo que acarretaria um sentimento de "perda de força e de potência" em face do que se espera do indivíduo: "até onde você consegue chegar? mas você só chegou até aqui?", o que sugere que o fracasso, conforme já falamos aqui, é única e exclusivamente culpa do indivíduo. A depressão é hoje uma forma de sujeição perspicaz que se apresenta como sintoma social na medida em que o sujeito se sente culpado por sua incapacidade de responder aos ideais contemporâneos. O indivíduo culpa-se por entristecer e entristece por se culpar, e é nesse sentido que a depressão se intensifica enquanto patologia, evidenciando o sintoma social.

> *[...] (os depressivos) veem sua solidão agravar-se em função do desprestígio de sua tristeza. Se o tédio, o* spleen*, o luto e outras formas de abatimentos são malvistos no mundo atual, os depressivos correm o risco de ser discriminados como doentes contagiosos, portadores da má notícia da qual ninguém quer saber (Kehl, 2009).*

No que diz respeito à ansiedade, os dados são ainda mais alarmantes. Segundo a OMS, o Brasil é o país com maior prevalência no mundo, chegando a 9,3% da população – 18,6 milhões de pessoas. Dados do Ministério da Saúde indicam que os casos de lesões autoprovocadas[10] notificados no Brasil aumentaram cerca de 200% num período de cinco anos.

---

10 Autolesão ou lesão autoprovocada intencionalmente é qualquer lesão intencional e direta dos tecidos do corpo provocada pela própria pessoa, mas sem que haja intenção de cometer suicídio.

Temos observado com frequência dados estatísticos que comprovam as consequências das condições pós-modernas, que domesticam e esvaziam o sentido da existência dos indivíduos até as últimas consequências, ou seja, à custa de sua própria saúde física e mental.

A filósofa e psicanalista Suely Rolnik alerta para um desassossego mobilizante da atualidade em que por um lado há uma desestabilização exacerbada e por outro a persistência da referência identitária, sendo que a combinação dessas duas forças resulta nesse vazio de sentido insuportável ao indivíduo – o esvaziamento da própria subjetividade, anestesiando o corpo e neutralizando os afetos. Para combater esse mal-estar, a autora aponta para um mercado variado de drogas que promete sustentar a ilusão de identidade, tais como narcóticos, fórmulas, vitaminas, literatura de autoajuda, conteúdos midiáticos, entre outros tantos recursos, que prometem domesticar essas forças promovendo, resistência às condições impostas pela sociedade capitalista contemporânea. Há, nesse movimento, o que a autora coloca como "o abandono da referência identitária e sua substituição pela própria processualidade" (Rolnik, 1997a).

Num sistema onde domina o igual só se pode falar de defesa em sentido figurado. A defesa imunológica volta-se sempre contra o outro ou o estranho em sentido enfático. O igual não leva à formação de anticorpos. Num sistema dominado pelo igual não faz sentido fortalecer os mecanismos de defesa.

[Byung-Chul HAN, 2017]

Qualquer forma de resistência não parece ser possível sem que haja uma reflexão sobre o que se pretende. Dentre tantas questões possíveis para o que apontamos escapar ao neossujeito – bem-estar, sentido de si e da vida, liberdade etc. –, sugerimos que há um discurso acerca da *felicidade* nas sociedades neoliberais que busca continuamente abarcar todas elas, sobre o qual pretendemos nos estender um pouco mais aqui.

A *felicidade* vem sendo ressignificada na atualidade, de modo a reorientar as buscas dos indivíduos – seja pela mídia ou por afetos autênticos. Felicidade parece ser agora a palavra da ordem, e o filósofo Byung-Chul Han explica bem como ela vem causando tanta desordem no campo emocional. O autor esclarece que cada época tem suas enfermidades fundamentais e que, partindo de uma perspectiva patológica, o começo do século XXI não é definido como bacteriológico nem viral, mas *neuronal*.

Portanto, a enfermidade fundamental de nossa época seria o que Han definiu como *violência neuronal*, caracterizada por esse excesso de positividade, mas também pelo desaparecimento da alteridade e da estranheza. A violência neuronal avança sobre as sociedades modernas, agora permissivas, pacificadas e pobres de negatividade. Somos levados a crer que é preciso ser positivo e feliz o tempo todo e a qualquer custo, a ponto de nos levar a um cansaço sistêmico e, por fim, ao esgotamento. As pressões coercitivas externas levam agora às pressões internas – a

autoimposição de que temos que obedecer a nós mesmos –, que levam à depressão. E a depressão é hoje a expressão patológica do fracasso do homem pós-moderno em querer ser ele mesmo. Segundo Han, "a lamúria do indivíduo depressivo de que nada é possível só se torna possível numa sociedade que crê que nada é impossível. Não-mais-poder-poder leva a uma autoacusação destrutiva e a uma autoagressão". O autor relaciona o neossujeito – por ele designado *sujeito de desempenho* – aos fenômenos contemporâneos da psicopatologia, garantindo que estes o estariam levando a um cansaço profundo, a um desgaste consigo mesmo, que "afrouxa as presilhas da identidade" e o desarma para a vida. Ele usa expressões como "infarto da alma", ou "consumo da alma", para definir essa incapacidade do indivíduo de "dizer não ao poder-tudo" que paradoxalmente o leva ao esvaziamento de si (Han, 2017).

Doenças neuronais como a depressão, transtorno de déficit de atenção como síndrome de hiperatividade (TDAH), Transtorno de Personalidade Limítrofe (TPL) ou a Síndrome de *Burnout* (SB) determinam a paisagem patológica do começo do século XXI. Não são infecções, mas enfartos, provocados não pela negatividade de algo imunologicamente diverso, mas pelo excesso de positividade.

[Byung-Chul HAN, 2017]

Haveria, contudo, uma histeria da saúde, ou a psiquiatrização da existência, cujos atores principais são a depressão e a ansiedade, que geralmente se iniciam com o estresse e desembocam em transtornos como síndrome de *burnout*, dissociação, transtorno de personalidade limítrofe e de déficit de atenção, entre tantas outras possibilidades de diagnóstico, que envolvem alucinações, delírios e tristezas.

A indústria farmacêutica como um todo concentra alguns dos maiores grupos empresariais do planeta. Apesar da instabilidade econômica em todo o mundo e na contramão da maioria dos setores no país, ela vem crescendo exponencialmente a cada ano. Há muitos motivos que explicam essa ascensão, a exemplo do aumento da expectativa de vida, o avanço da biotecnologia, a maior preocupação com a saúde, além do constante lançamento de novos produtos e variações dos mesmos já existentes. Entretanto, também a psiquiatria atua em conjunto com a indústria farmacêutica, respaldando suas técnicas em pesquisas de sintetização de novas drogas que prometem domar as emoções e aflições das pessoas.

> *Com promessas de alívio para sofrimentos, mal-estares, tristezas e todo tipo de angústia que possa atingir a humanidade, a psiquiatria aliada às indústrias farmacêuticas investiria em drogas para o enfrentamento de "perturbações psíquicas", para a hipotética maximização das capacidades individuais e, também, para uma suposta prevenção dos riscos de desenvolvimento de suas futuras "doenças mentais". Todo o investimento de ampliação da psiquiatria atual está centrado em drogas psicofarmacológicas que podem ser prescritas para todos, sem exceções e sem restrições, atingindo desde a infância à terceira idade (Ferrazza, 2013).*

Nossos sonhos são de consumo ou de vida? Essa é, talvez, uma das perguntas centrais que atravessam este livro, que se propõe a mapear movimentos, filosofias e teorias que apontem para formas de existência mais significativas e menos consumistas — ainda que, paradoxalmente, a própria busca por sentido possa se converter em uma nova modalidade de consumo.

Consciente do imenso poder da mídia na formação de comportamentos consumidores, e colocando o consumo no cerne da catástrofe ambiental contemporânea, a autora investiga possíveis caminhos de saída por meio do que denomina movimentos anticonsumo. Tais movimentos oscilam entre a crítica na cultura do consumo e a crítica da cultura do consumo — desde iniciativas frequentemente absorvidas como mais uma tendência de estilo de vida até aquelas que se mostram, ao menos por ora, inassimiláveis por um discurso midiático apaziguador.

Além de mapear uma ampla gama de iniciativas que questionam, direta ou indiretamente, os padrões contemporâneos de consumo, a autora conduz uma pesquisa para compreender por que algumas pessoas aderem fortemente a estilos de vida consumistas, enquanto outras optam por rejeitá-los. A partir disso, busca entender até que ponto estamos, de fato, dispostos a mudar.

É certo que a recusa individual na cultura do consumo, por si só, não será suficiente para enfrentar a urgência ambiental — e a autora reconhece esse dilema. Ainda assim, as experiências-limite que levaram seus entrevistados a buscar modos de vida menos pautados pelo consumo podem ser lidas como sinais de alerta, antecipando aquilo que a catástrofe ecológica já prenuncia.

Isleide Arruda Fontenelle
Professora Titular da FGV/SP

www.blucher.com.br

ISBN 978-85-212-2699-4

9 788521 226994

Blucher

Clique aqui e:

VEJA NA LOJA

Mais sentido, menos consumo

Movimentos, filosofias e teorias que propõem uma vida com mais propósito e menos demandas

---

Lara Vollmer

ISBN: 9788521226994

Páginas: 306

Formato: 16 x 23 cm

Ano de Publicação: 2025