

CAPITALISMO E FELICIDADE: apontamentos sobre a teoria social contemporânea e o pensamento de Marx

Rodrigo José Fernandes de Barros¹

Kelvis Leandro do Nascimento²

Resumo

Este trabalho procura realizar apontamentos entre as críticas ao modo de produção hegemônico elaboradas por Marx com a atual teoria social, que vê no consumo como porta de acesso à felicidade uma das maiores contradições dos nossos tempos. Primeiramente salientamos como esses pensadores contemporâneos (Zygmunt Bauman, Jean Baudrillard, Gilles Lipovetsky, Slavoj Žižek) interpretam a nossa sociedade, suas concepções de felicidade e suas contradições para, em seguida, mostrar que o pensamento de Marx ainda é capaz de contribuir com importantes chaves analíticas para reforçar tais interpretações.

Palavras-chave: Capitalismo; Felicidade; Teoria Social; Marx.

Abstract

This work aims to taking notes between the criticism towards the hegemonic means of production established by Marx with the current social theory, which sees in consumption as an access door to happiness as one of the biggest contradictions of our time. First we will emphasize how these contemporary thinkers (Zygmunt Bauman, Jean Baudrillard, Gilles Lipovetsky, Slavoj Žižek) interpret our society, its concepts of happiness and its contradictions in order to show that the thoughts of Marx are still able to contribute with importante analytical keys in order to reinforce such interpretations.

Keywords: Capitalism; Happiness; Social Theory; Marx.

¹ Graduado em Ciências Sociais pela UERN (2016). Mestrando em Ciências Sociais pela UFRN.

² Graduado em Ciências Sociais pela UFRN. Mestrando em Ciência Sociais pela UFRN.

Introdução

A modernidade líquida tem criado mercadorias cada vez mais instantâneas e descartáveis no intuito de se atingir o lucro, acabando por gerar multidões de seres humanos coisificados, guiados por objetos que tomam forma de seres vivos, dotados de vontade e desejos.

Zygmunt Bauman, sociólogo polonês e autor do conceito de modernidade líquida, construiu uma vasta obra denunciando as constantes transformações provocadas pelo consumo desenfreado em todo o planeta. Das relações afetivas e felicidade individual, passando pela situação dos refugiados internacionais, Bauman seguiu alertando para os perigos eminentes de uma sociedade bestializada pelo fetichismo em torno da busca da plenitude através do consumo. Essa busca frenética tem causado, segundo ele, uma consciência de vida instantânea, planos curtos e insegurança diária, frutos de uma sociedade onde nada é feito para durar e tudo é passageiro (BAUMAN, 2011).

Gilles Lipovetsky, filósofo e teórico social francês, segue um caminho muito próximo ao analisar a sociedade atual como era do hiperconsumo. Seus escritos afirmam que houve uma revolução dentro do consumo e ocasionou uma fase caracterizada pelo extremo consumo, o chamado hiperconsumo. Essa “convulsão” que pôs fim a antiga fase do consumo fez com que atingíssemos uma fase nunca antes vista, proporcionada pelo neoliberalismo econômico. (LIPOVETSKY, 2007).

Ressuscitando os ideais do utilitarismo teorizado por economistas de inspiração burguesa como John Stuart Mill, o neoliberalismo priorizou a máxima de que podemos, através da distribuição igualitária de bens para o máximo de pessoas possível, atingir a felicidade. Há, portanto, uma ressignificação do conceito de felicidade antes considerado um ideal praticamente inatingível, mas que hoje pode ser encontrada nas prateleiras de qualquer loja ao alcance dos dedos.

Nesse contexto, ser feliz é possuir bem-estar através da aquisição de bens, possível por meio de uma frutífera condição econômica. Entretanto, faz-se necessário uma problematização em torno dessa ideia, tendo em vista que não há como padronizar a utilidade e o bem-estar, uma vez que mesmo com o estímulo ao consumo de bens e a intensificação da produção, as necessidades individuais são muito distintas e nem sempre há consenso entre o objeto produzido, ou mesmo a respeito da sua utilidade individual produzida por ele. Bent

Greve afirma que:

“Na teoria econômica, portanto, são fundamentais o conceito de utilidade e o modo de maximizar a utilidade total pelos indivíduos e pela sociedade. A utilidade que uma pessoa atribui a um produto ou serviço não necessariamente é a mesma que as outras lhe atribuem. Dessa forma, é difícil quantificar utilidade em relação a uma comunidade” (BENT GREVE, 2013, p. 69).

Sendo assim, a sociedade de consumo estimulou a aquisição de bens em prol de uma “igualdade” que nunca se alcançará, visto que não há padronização de utilidade dos objetos, nem de resposta as necessidades individuais ou coletivas. Os bens essenciais para a felicidade humana não podem ser comprados, justamente por serem demasiadamente subjetivos. Isso mostra que medir felicidade pelo grau de riqueza das sociedades pode não ser o melhor caminho para tirar qualquer conclusão. Para Baudrillard, essa sociedade de consumo em que vivemos:

“(…) resulta do compromisso entre princípios democráticos igualitários, que conseguem aguentar-se com o mito da abundância e do bem-estar, e o imperativo fundamental de manutenção de uma ordem de privilégio e de domínio. Não é o progresso tecnológico que a funda: semelhante visão mecanista alimenta até a visão ingênua de abundância futura. Essa dupla determinação contraditória é que cimenta a possibilidade de progresso tecnológico. Aciona igualmente, nas sociedades contemporâneas, a emergência de determinados processos igualitários, democráticos e progressistas” (BAUDRILLARD, 2008, p. 56).

A lógica que pregava a quantificação da felicidade através da aquisição de objetos e dispositivos visíveis falhou em seu ideal de produzir felicidade. Criou indivíduos incapazes de acompanhar a lógica do consumo e a rapidez da produção somada com a voraz exploração do trabalho, dificultando o acesso a bens materiais. O resultado são indivíduos atônitos, indiferentes e até depressivos em potencial. Michael Rustin diz:

“Sociedades como a nossa movida por milhões de homens e mulheres em busca pela felicidade estão se tornando mais ricas, mas não está claro se estão se tornando mais felizes. Parece que a busca dos seres humanos pela felicidade pode muito bem se mostrar responsável pelo seu próprio fracasso. Essas sociedades, na medida em que enricavam ao invés criarem indivíduos felizes, declinavam, ainda mais, o bem-estar subjetivo” (RUSTIN, 2007, p. 67-84).

Em nossa sociedade a felicidade é subjetiva, como bem afirma Lipovetsky (2007), mas também é visível e materializada nos diversos objetos produzidos pelos processos de

produção das fábricas, sendo também uma criação ideológica naturalizada pela publicidade. Contudo, essa felicidade confunde-se com o gozo momentâneo, o que causa insegurança pela sua presença passageira.

A busca frenética pela superação da angústia – sendo aqui entendida em seu sentido psicanalítico como forma de uma autoproteção diante do desconhecido, inevitável ou inesperado – torna os indivíduos suscetíveis a essa ilusão da felicidade promovida pela aquisição de bens. Para Bauman(2001), a infelicidade dos consumidores deriva do excesso e não de uma falta de opções. Esse consumo que é movido pela angústia incessante torna a felicidade em mais um objeto a ser consumido e buscado, torna a felicidade o maior objeto de desejo a ser adquirido. Todas as tentativas de atingir a felicidade pela distribuição e aquisição de bens materiais se mostraram falhas e insuficientes, sem o efeito desejado teorizado pelos utilitaristas. Segundo o autor, há uma complementação entre o *homo economicus* e o *homo consumens*; enquanto o primeiro precisa manter a economia em movimento constante, o segundo precisa continuar consumindo para aplacar a sua insatisfação. Juntos, são os representantes perfeitos da economia de mercado liberal, pois são desprovidos de vínculos sociais (BAUMAN, 2004).

Os pensadores do passado teriam algo a contribuir para a compreensão do presente? Karl Marx, acompanhado de seu amigo e companheiro de escrita Friedrich Engels, é responsável por uma ampla e vasta gama de obras construídas como meio de analisar o surgimento e a expansão da sociedade capitalista moderna. Nascido em 05 de Maio de 1818, Marx acompanhou de perto o crescimento do modo de produção capitalista. Considerado um expoente clássico das Ciências Sociais, é visto como um dos principais responsáveis pelos pressupostos da Sociologia. Filósofo, economista e revolucionário socialista, suas obras se destacam como vias de interpretação para a sociedade.

Em O Capital, sua mais importante obra, Marx estabelece uma análise rica e complexa do que é a mercadoria e do que podemos chamar de visão metafísica da mercadoria, pois acreditava Marx que a mercadoria possui valores e características que não são explicadas unicamente pela objetividade; a mercadoria também seria dotada de elementos simbólicos e subjetivos – herança dos seus criadores. O fenômeno do fetichismo da mercadoria, exposto especificamente no primeiro capítulo do volume I d'O Capital, apresenta a mercadoria como um elemento exterior, fantasmagórico, capaz de transcender seu valor unicamente de uso e

escondendo sua natureza de fruto do trabalho humano, adquirindo assim uma forma social de existência onde o trabalho humano é esquecido, sendo então vista praticamente como um produto por ela mesma, como ente natural das nossas vivências (MARX, 1975).

Esse trabalho, num primeiro momento, busca apresentar alguns dos impasses para o bem-estar e para a felicidade na nossa sociedade capitalista, mediada pelo consumo de mercadorias. Esses impasses foram bem delineados por alguns autores como Zygmunt Bauman (2001), Jean Baudrillard (2007), Michael Rustin (2007) Bent Greve (2013) e Slavoj Žižek (2015). Posteriormente, procuramos mostrar como muitas dessas críticas têm vínculo com o pensamento de Karl Marx, a fim de demonstrar como a felicidade dentro do sistema capitalista é improvável de se concretizar.

É importante frisar que Marx não se debruçou a escrever sobre o conceito de felicidade, nem tampouco sua concepção na sociedade capitalista de seu tempo; podemos induzir apenas em algumas passagens onde ele diz que a verdadeira felicidade só pode ser atingida com a extinção da exploração da mão de obra, ou seja, com o fim do sistema que vem regendo a humanidade até hoje. Apesar disso, os apontamentos que Marx realizou a respeito da forma mercadoria e de como sua lógica de multiplica para além do objeto produzido podem servir como grandes ferramentas analíticas.

Felicidade na contemporaneidade

A partir de meados do século XX, percebe-se uma mudança na estrutura de sociedade, que sai de um modelo econômico baseado na produção e embarca na sociedade focada no consumo (HARVEY, 2001). Marcado por uma intensa produção de mercadorias e bens, o século XX não conseguiu sustentar seus padrões e, na medida em que avançava econômica, política e socialmente, produziu uma ruptura nesses padrões e uma brusca mudança nas ideologias e nos paradigmas existentes. Nesse contexto, todas essas esferas ganham novas roupagens e assumem uma postura mais fluida, líquida (BAUMAN, 2001). Entende-se por líquido tudo aquilo que não se sustenta por muito tempo, que se modifica e não se estabilizam, tal como escreveram Marx e Engels no Manifesto Comunista: “Tudo que era sólido e estável se desmancha no ar [...]” (MARX; ENGELS, 1998 p.43).

Sobre o tópico da liquidez, Bauman afirma:

“O ‘derretimento dos sólidos’, traço permanente da modernidade, adquiriu,

portanto, um novo sentido, e, mais que tudo, foi redirecionado a um novo alvo, e um dos principais efeitos desse redirecionamento foi à dissolução das forças que poderiam ter mantido a questão da ordem e do sistema na agenda política. Os sólidos que estão para ser lançados no cadinho e os que estão derretendo neste momento, o momento da modernidade fluida, são os elos que entrelaçam as escolhas individuais em projetos e ações coletivas – os padrões de comunicação e coordenação entre as políticas de vida conduzidas individualmente, de um lado, e as ações políticas de coletividade humanas, de outro” (BAUMAN, 2001, p. 12).

O modelo de sociedade que aparece é caracterizado pela dissolução das forças ordenadoras que organizavam a vida social até então. Surge daí uma fase de sociedade aguda, privatizada e individualizada, na qual o indivíduo se vê perdido em meio a tantas modificações, transformações e escolhas.

Em sua análise do conceito de “identidade”, Bauman nos alerta para a necessidade do indivíduo construir seus processos identitários, ao ponto de repensá-los constantemente e modificá-los de acordo com a necessidade. Sendo, portanto, para ele, impossível ser estável numa sociedade cada vez mais instável (BAUMAN, 2001).

No tocante a sua teoria de modernidade líquida, Bauman (2005) aponta: “A primeira passagem é de uma vida segura em condições de incerteza constante” (BAUMAN, 2005. p.8), ou seja, a modernidade oferecia uma série de ideologias fortes, que davam certa estabilidade e segurança aos sujeitos; já o mundo líquido desfaz essas certezas. A dissolução não ficou apenas no campo ideológico, mas também no estilo de vida das pessoas:

“As preocupações mais intensas e obstinadas que assombram este tipo de vida são os temores de ser pego tirando uma soneca, não conseguir acompanhar a rapidez dos eventos, ficar para trás, deixar passar as datas de vencimento, ficar sobrecarregado de bens agora indesejáveis, perder o momento que pede mudança e mudar de rumo antes de tomar o caminho de volta” (BAUMAN, 2005, p. 09).

Em uma segunda característica que permeia a obra de Bauman, saímos de uma sociedade que acredita na eternidade e passamos a viver a finitude: “O dia de hoje pode-se esticar para além de qualquer limite e acomodar tudo aquilo que um dia se almejou vivenciar apenas na plenitude do tempo” (BAUMAN, 2005, p. 15). Esse mundo líquido, onde todos os parâmetros foram reorganizados, não desmonta apenas as ideologias dominantes e sólidas, mas também a estrutura dos indivíduos. A sociedade não consegue mais dar as garantias que ele necessita, gerando frustração, medo e medidas defensivas para se evitar o sofrimento.

Como sobreviver em meio a tanta desfragmentação? Como superar o estado precário e inseguro de viver nos tempos atuais? Como existir na incerteza, na precarização, na mudança dos padrões de comportamento, numa sociedade solúvel e em constante movimento? Todas essas aflições exigem uma mudança na maneira como lidamos com o mundo, tornando os indivíduos apáticos, melancólicos e muitas vezes depressivos, como aponta a psicanalista brasileira Maria Rita Kehl:

“Analisar o aumento significativo das depressões como sintoma social do mal-estar social no século XXI significa dizer que o sofrimento dos depressivos funciona como sinal de alarme contra aquilo que faz água na grande nau da sociedade maníaca em que vivemos. Que muitas vezes as simples manifestações de tristeza sejam entendidas (e medicadas) como depressões graves só faz confirmar essa ideia. A tristeza, os desânimos, as simples manifestações da dor de viver parecem intoleráveis em uma sociedade que aposta na euforia como valor agregado a todos os pequenos bens em oferta no mercado” (KEHL, 2009, p. 31).

Como solução para todo esse abismo existencial dessa modernidade líquida, os mercados agora materializaram a ideia de felicidade, destruindo o pensamento de felicidade subjetiva e transformando-a em algo palpável, real e fixo. Algo que está ao alcance das mãos nas prateleiras, sem as contingências e idiossincrasias.

A felicidade, no consumo, pode ser adquirida em leves prestações ou à vista em qualquer supermercado ou shopping mais próximo. Nesse contexto, há toda uma produção midiático-publicitária dos desejos. Propagandas que prometem uma vida leve e feliz caso se adquira um determinado veículo, ou caso adquira um celular com uma função diferente, já que o modelo que se tem em breve ficará obsoleto. É preciso ter o que o mercado oferece de melhor para poder se sentir parte de um grupo.

Há uma mudança no conceito de felicidade, comentada por Jean Baudrillard, em seu livro *A sociedade de consumo* (2008):

“A força ideológica da noção de felicidade não deriva da inclinação natural de cada indivíduo para realizá-la por si mesmo. Advém-lhe, sócio historicamente, do fato de que o mito da felicidade é aquele que recolhe e encarna, nas sociedades modernas o mito da igualdade” (BAUDRILLARD, 2008, p.49).

Para que a felicidade fosse um alvo passível de se comercializar, fez-se necessário que ela saísse do campo das subjetividades e se tornasse algo visível aos olhos de todos. Daí surge uma ideia de felicidade mensurável por objetos e signos. Ainda em Baudrillard:

“A felicidade como fruição total e interior, felicidade independente de signos que poderiam manifestá-las aos olhos dos outros e de nós mesmos, sem necessidade de provas, encontra-se desde já excluída do ideal, de consumo, em que a felicidade surge primeiramente como exigência de igualdade” (BAUDRILLARD, 2008, p. 48).

Dessa ressignificação de felicidade, do campo subjetivo para o palpável, nasce o impulso pela aquisição de objetos e mercadorias. Nesse sentido, há uma nova mudança, dentro da própria estrutura da sociedade do consumo. O filósofo francês Gilles Lipovetsky denomina essa mudança de “hiperconsumo”:

“Apoiando-se na nova religião da melhoria continua das condições de vida, o melhor-viver tornou-se uma paixão das massas, o objetivo supremo das sociedades democráticas, um ideal exaltado em cada esquina. [...] Aparentemente nada ou quase nada mudou: continuamos a evoluir na sociedade do supermercado e da publicidade, do automóvel e da televisão. No entanto, nas duas últimas décadas, surgiu uma nova ‘convulsão’ que pôs fim à boa velha sociedade de consumo, transformando tanto a organização da oferta como as práticas quotidianas e o universo mental do consumismo moderno: a revolução do consumo sofreu ela própria uma revolução. Uma nova fase do capitalismo de consumo teve início: trata-se precisamente da sociedade de hiperconsumo” (LIPOVETSKY, 2007, p. 07-08).

Nesse contexto, ser feliz é possuir bem-estar e confortos proporcionados pelo acúmulo de bens materiais. Entretanto, faz-se necessário uma problematização acerca dessa ideia, tendo em vista que não há como padronizar o bem-estar. Mesmo com o estímulo ao consumo de bens e a intensificação da produção, as necessidades individuais são distintas, sem consenso entre o objeto produzido, sua utilidade individual e o bem-estar produzido por ele.

Contudo, parte da crítica aos excessos do consumo foi absorvida pela sociedade capitalista, forçando os indivíduos a repensar os impactos de suas ações, como a saúde pessoal, os malefícios ao meio-ambiente etc. Ou seja, ao mesmo tempo em que se há um mantra para ser feliz e gozar através do consumo, há também um peso em saber que tal ação gera resultados negativos. Como lidar com essa contradição?

O filósofo esloveno Slavoj Žižek propõe que o mercado encontrou uma saída desse labirinto através da criação de mercadorias desprovidas de suas essências negativas (ŽIŽEK, 2015). Nossos mercados desenvolveram cerveja sem álcool, café sem cafeína e chocolate sem açúcar, com embalagens recicláveis ou de origem orgânica, o que significa que o consumidor pode, em tese, usufruir desses produtos sem correr os riscos proporcionados pelo excesso inerente. Obtém-se assim uma sensação de segurança e alívio da culpa pelo consumo

desenfreado e irracional, mesmo que seja passageiro – equivalente ao bem-estar alcançado no ato de consumir.

Temos um paradoxo no qual o imperativo de desfrutar totalmente é impossível de se realizar, já que a própria autorização que nos é imposta (seja feliz, aproveite o máximo que a vida lhe dá, consuma o máximo que puder) é seguida por uma série de proibições que devem ser respeitadas para que o objetivo maior se concretize: se mantenha em forma, não coma demais, não use drogas, faça sexo com segurança. O hedonismo contemporâneo é eficaz em combinar prazer com constrangimento, fazendo com que pensemos viver na sociedade da realização, quando na verdade vivemos na sociedade dos semblantes. Nossa suposta felicidade é amplamente controlada e regulada (ŽIŽEK, 2012)

Marx, capitalismo e emancipação humana

Tendo visto alguns apontamentos contemporâneos sobre nossa sociedade de consumo, podemos encontrar uma linha de raciocínio semelhante no pensamento clássico de Karl Marx. O capitalismo tem entre suas propriedades principais a potencialidade de transformar qualquer coisa em mercadoria. Todas as coisas devem ter um valor qualquer que possam ser transformados em mercadorias; Marx comenta sobre o valor das mercadorias numa passagem de *salário, preço e lucro*,

“Como os valores de troca das mercadorias não passam de funções sociais delas, e nada tem a ver com suas propriedades naturais, devemos antes de qualquer coisa perguntar: Qual a substância social comum a todas as mercadorias? É o trabalho. Para produzir uma mercadoria tem-se que inverter nela, ou a ela incorporar uma determinada quantidade de trabalho. E não simplesmente trabalho, mas trabalho social. Aquele que produz um objeto para seu uso pessoal e direto, para consumi-lo, cria um produto, mas não uma mercadoria. Como produtor que se mantém a si mesmo, nada tem com a sociedade. Mas, para produzir uma mercadoria, não só tem de criar um artigo que satisfaça a uma necessidade social qualquer, como também o trabalho nele incorporado deverá representar uma parte integrante da soma global de trabalho invertido pela sociedade. Tem que ser subordinado à divisão do trabalho dentro da sociedade. Não é nada sem os demais setores do trabalho, e, por sua vez, é chamado a integrá-los. Quando consideramos as mercadorias como valores, vemos-las somente sob o aspecto de trabalho social realizado, plasmado ou, se assim quiserdes, cristalizado” (MARX, 1978, p 74-75).

Segundo Marx (2011), as condições que o trabalho atinge na sociedade capitalista são,

de fato, uma imensa deturpação, visto que ele deixa de ser força vital humana, essência humana, para adquirir um caráter alienado e privatizado. Dessa forma, Marx é bastante claro quando diz:

“A força de trabalho em ação, o trabalho, é a própria atividade vital do operário, a própria manifestação da sua vida. E é atividade vital que ele vende a um terceiro para assegurar os meios de vida necessários. A sua atividade vital é para ele, portanto, apenas um meio para poder existir” (MARX, 2006, p.36).

Quando a atividade vital é transformada em atividade privada, sem a antecipação dos resultados ou o exercício da liberdade, temos o estabelecimento da dominação. Dessa forma, o trabalho adquire a forma de mercadoria no capitalismo e pode, como qualquer mercadoria, ser negociado com terceiros.

Assumindo esse caráter de mercadoria, o trabalho se converte em verdadeiro instrumento de degradação da condição humana, pois ao perder a liberdade das suas atividades no trabalho, o homem deixa de ser homem para se tornar uma coisa. Além disso, a coisificação do homem produz a “desrealização do trabalhador”, na medida em quem o produto do seu trabalho aparece como um objeto estranho a ele próprio.

Ao falar do trabalho alienado do homem, Marx vai compará-lo à situação dos animais, dizendo que:

“O animal identifica-se imediatamente com a sua atividade vital. Não se distingue dela. É a sua própria atividade. Mas o homem faz da atividade vital o objeto da vontade e da consciência. Possui uma atividade vital consciente. Ela não é uma determinação com a qual ele imediatamente coincide. A atividade vital consciente distingue o homem da atividade vital dos animais. Só por essa razão é que ele é um ser genérico. Ou melhor, só é um ser consciente, quer dizer, a sua vida constitui para ele um objeto, porque é um ser genérico. Unicamente por isso, é que a sua atividade surge como atividade livre. O trabalho alienado inverte a relação, uma vez que o homem, enquanto ser consciente transforma a sua atividade vital, o seu ser, em simples meio da sua existência” (MARX, 1993, p.164-165).

Além da análise sobre o trabalho alienado, Marx desenvolve também o conceito que chamou de fetichismo da mercadoria. Quando a sociedade capitalista naturaliza as condições de exploração e as relações de dominação sociais, há nisso um processo de fantasmagoria da mercadoria que seria o modo com que as mercadorias ocultam as relações sociais que as produzem. A mercadoria, segundo ele, tem um caráter perceptível, mas também impalpável,

que provém da forma social adquirida pelo trabalho. Sobre fetichismo, ele diz:

“A mercadoria é misteriosa simplesmente por encobrir as características sociais do próprio trabalho dos homens, apresentando-as como características materiais e propriedades sociais inerentes aos produtos do trabalho; por ocultar, portanto, a relação social existente, à margem deles, entre os produtos do seu próprio trabalho. Através dessa dissimulação, os produtos do trabalho se tornam mercadorias, coisas sociais com propriedades perceptíveis e imperceptíveis aos sentidos. [...] Chamo a isto de fetichismo, que será sempre grudado aos produtos do trabalho, quando são gerados como mercadorias. É inseparável da produção de mercadorias” (MARX, 1975, p. 81).

Esse processo de fetichismo da mercadoria, que torna o objeto produzido pela ação humana em algo estranho ao trabalhador é, no capitalismo, o que produz a alienação. Essa força hostil ao trabalhador torna o homem um prisioneiro de sua própria criação. A neutralidade do modelo de produção capitalista é o que torna todos os problemas sociais em algo naturalizado, normal. Sendo o produto da ação humana transformado em coisa estranha a ele, a alienação se perpetua.

“A alienação não se revela apenas no fato de que meus meios de vida pertencem a outro, de que meus desejos são a posse inatingível de outro, mas de tudo é algo diferente de si mesmo, de que a minha atividade é qualquer outra coisa e que, por fim – e também o caso para o capitalista –, um poder inumano que impera sobre tudo” (MARX, 2006, p. 157).

O trabalho deixa de ser algo natural do trabalhador, passa a ser privado, mercadoria de consumo no mercado. Quando ele assume essa característica, o trabalho passa a ser algo penoso, causador de desgosto e sofrimento. Marx reflete sobre a busca pela essência e, dentre outros assuntos, trata a religião como via de fuga do sofrimento causado pela exploração do trabalho. Esse desgosto pela vida, provocada pela exploração do mercado, abre espaço para as ilusões e daí a religião ganha um terreno cada vez mais forte.

“A religião é o suspiro do ser oprimido, o íntimo de um mundo sem coração e a alma de situação sem alma [...] o banimento da religião como felicidade ilusória dos homens é a exigência da felicidade real. O apelo para que abandonem as ilusões a respeito da sua condição é o apelo para abandonarem uma condição que precisa de ilusões. A crítica da religião é, pois, a crítica do vale de lágrimas de que a religião é o esplendor” (MARX, 2006, p. 45-46).

Outro fator do modelo de produção capitalista, denunciado por Marx é o conceito de

mais-valia. O autor denuncia que a lógica pautada na igualdade de valores e que se torna também viável à mercadoria “trabalho”, nada mais é do que uma grande ilusão. Há uma diferença entre o salário recebido pelo trabalhador e o que ele consegue produzir. Marx diz:

“Ao comprar a força de trabalho e ao pagá-la pelo seu valor, o capitalista adquire, como qualquer outro comprador, o direito de consumir ou usar a mercadoria comprada. A força de trabalho do homem é consumida, usada, fazendo-o trabalhar, assim como se consome ou se usa uma máquina fazendo-o funcionar. Portanto, o capitalista, ao comprar o valor diário, ou semanal, da força de trabalho o operário, adquire o direito de servir-se dela ou fazê-la funcionar durante o dia ou toda a semana[...] Mas o capitalista, ao pagar o valor diário ou semanal da força de trabalho do fiandeiro, por exemplo, adquire o direito de usá-la durante todo o dia ou toda a semana. Falo-a trabalhar, portanto, digamos, 12 horas diárias, quer dizer, além das 6 horas necessárias para recompor o seu salário, ou valor de sua força de trabalho, terá de trabalhar outras 6 horas, a que chamarei de sobretrabalho, e este sobretrabalho irá traduzir-se em mais-valia e em um sobreproduto.[...] A mais-valia, ou seja, àquela parte do valor total da mercadoria em que se incorpora o sobretrabalho, ou trabalho não remunerado, eu chamo de lucro” (MARX, 1978. p. 82-85).

Todos esses pontos expostos por Marx, na grandiosa quantidade de obras produzidas, demonstram a grande ilusão produzida e cristalizada pelo mercado capitalista. Essas amarras ideológicas criam uma falsa liberdade e igualdade, impedindo a realização do que chamamos de felicidade. Não há condições morais de felicidade total numa sociedade de classes, caracterizada pela exploração de uma classe detentora dos meios de produção material, intelectual, cultural e artística. Essa impõe seus modelos de vida e cria um modelo de felicidade pautada pela aquisição de bens, paixão pelo dinheiro e pela propriedade privada.

Se pudéssemos inferir a uma passagem de sua obra, contribuição chave para o que poderia ser uma análise da felicidade real proposta por Marx, podemos citar o trecho abaixo:

“De fato, o reino da liberdade começa onde o trabalho deixa de ser determinado por necessidade e por utilidade exteriormente imposta; por natureza, situa-se além da esfera da produção material propriamente dita. O selvagem tem de lutar com a natureza para satisfazer as necessidades, para manter e reproduzir a vida, e o mesmo tem de fazer o civilizado, sejam quais forem a forma de sociedade e o modo de produção. [...] A liberdade nesse domínio só pode consistir nisso: o homem social, os produtores associados regulam racionalmente o intercâmbio material com a natureza, controlam-no coletivamente, sem deixar que ele seja a força cega que os domina; efetuam-no com menor dispêndio de energias e nas condições mais adequadas e mais condignas com a natureza humana. Mas, esse esforço situar-se-á sempre no reino da necessidade. Além dele começa o desenvolvimento das forças

humanas como um fim em si mesmo, o reino genuíno da liberdade, o qual só pode florescer tendo por base o reino da necessidade. E a condição fundamental desse desenvolvimento humano é a redução da jornada de trabalho” (MARX, 1975, p. 942)

Baseando-se neste parágrafo, podemos encontrar uma contribuição para o debate que fazemos aqui. Ou seja, o homem deve reconhecer o seu limite no reino da necessidade e não ultrapassar o domínio da produção material. Hoje, acontece justamente o contrário, a sociedade do hiperconsumo extrapola todos os limites da produção sem visar à necessidade, mas sim a quantidade de opções que almejam deixar o indivíduo desnorteado (afinal, este é incapaz de a tudo consumir).

Além disso, Marx demonstra que a ilusão da liberdade que o modo de produção capitalista prega é uma falsa liberdade, liberdade aparente, pois essa liberdade só se faz no âmbito do não-trabalho, ou trabalho alienado. Dessa forma, podemos concluir que as várias situações de que somos expostos na sociedade capitalista impossibilita nossa emancipação, ocasionando na impossibilidade da felicidade.

Considerações finais

O consumo de mercadorias foi transformado em ideal de felicidade pela sociedade líquida moderna. A lógica que quantifica a felicidade pela quantidade de bem-estar produzido pela aquisição de mercadorias se mostrou ineficaz e potencializou os problemas causados pela exploração do trabalho no mercado.

Os indivíduos, envoltos pela película fina da ideologia burguesa da felicidade desconhecem ou simplesmente preferem fazer vista grossa (ŽIŽEK, 1989) às condições de exploração a que são submetidos e buscam refúgio dos problemas no ato de consumir. A mercadoria, no seu caráter fetichista esconde as desigualdades de sua fabricação e toma vida própria sendo oferecida como bálsamo para diversos problemas. Consumir para ser feliz, essa é a lógica do capitalismo na atualidade.

Nesse sentido, através de vários momentos da extensa obra de Marx, encontramos suporte para analisar as influências do hiperconsumo. Vários autores criticam a “coisificação” das relações sociais e a sacralização das mercadorias como portas da esperança, mas é Marx quem nos lembra que não podemos esquecer do forte aspecto econômico subjacente dessas relações, buscando também evitar qualquer tipo de ortodoxia determinista ou essencialista.

Através dos conceitos de trabalho alienado, fetichismo da mercadoria, alienação, dominação e mais-valia, é possível salientar a estrutura sutil que o capitalismo utiliza para controlar a população e para assegurar a hegemonia e os privilégios de uma elite.

O ser humano é obrigado a comercializar seu único bem, o trabalho. Privatizado, esse trabalho submete-o a regimes de exploração, além de subjugá-lo, transformando-o em máquina, escondendo os traços de sua própria produção pela fetichização e obrigando-o a produzir mais-valia para o capitalista que visa sempre o lucro.

Sendo assim, podemos inferir que não há até o momento, na sociedade capitalista, condições de emancipação e liberdade para os seres humanos. Através da revisão do pensamento dos contemporâneos, juntamente com uma leitura do próprio pensamento de Marx, vimos que a felicidade no capitalismo é ilusória e fugaz. A perspectiva capitalista comercializa um tipo de felicidade, mas uma de caráter transitório e pouco durável, para que dessa forma o mercado possa garantir seu fluxo contínuo.

Marx e seu arcabouço teórico continuam sendo fortes alicerces para sustentar a crítica social e para fundamentar as análises que demonstram as contradições para além do campo da cultura, sendo o campo do trabalho ainda de suma importância para se compreender a sociedade e se recuperar o potencial insurgente das demandas agora incorporadas ao leque de produtos do sistema.

Portanto, não nos bastam modificações culturais ou pautas somente “identitárias”, localizadas em pequenas demandas liberais; somadas a essas, é necessária a modificação radical das estruturas até então intocáveis do sistema para que se possa visar uma realidade onde a felicidade não é vista como mero artefato de luxo, ao alcance de tão poucos.

Referências bibliográficas

BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Arte e Comunicação, 2007.

BAUMAN, Z. **Amor Líquido**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2004.

_____. **A arte da vida**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2008.

_____. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2001.

GREVE, B. **Felicidade**. 1ª Ed. Tradução de Pedro Barros. São Paulo: Editora Unesp, 2013.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Editora Loyola, 2001.

KEHL, M. R. **O tempo e o cão**. São Paulo: Boitempo editorial, 2009.

LIPOVETSKY, G. **A felicidade paradoxal**. Lisboa: Edições 70, 2007.

MARX, K. **Trabalho assalariado e capital**. São Paulo: Expressão Popular. 2006.

_____. **Manuscritos econômico-filosóficos**. Lisboa: edições 70, 1993.

_____. **Salário, preço e lucro**. 2. Ed. São Paulo: Abril Cultural, 1978. (Coleção Os Pensadores)

_____. **O Capital: o processo de produção do Capital**. Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1975. Livro 1.v.1.

_____. **O Capital: o processo de produção do Capital**. 3. Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1975. Livro 1 v.2.

_____. **O Capital: o processo da produção do Capital**. 3. Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1975. Livro 3. V.6.

_____. **Grundrisse: manuscritos econômicos de 1857-1858: esboços da crítica da economia política**. [1857-8]. São Paulo: Boitempo Editorial; Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2011.

_____. **Manifesto Comunista**. São Paulo: Boitempo Editorial, 1998.

ŽIŽEK, S. **Problema no Paraíso: do fim da história ao fim do capitalismo**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2015.

_____. **The sublime object of ideology**. Londres: Verso Books, 1989.

_____. **Vivendo no fim dos tempos**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2012.

Recebido em: Abril de 2018
Aprovado em: Julho de 2018