



## A PROMOÇÃO DA FELICIDADE A PARTIR DE PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS

BEZERRA, M. A. S.<sup>2</sup>; FRONZA, B. L.<sup>3</sup>; SILVA, M. B.<sup>4</sup>;  
MOREIRA, L. S.<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> Resumo de produção textual do Estágio Específico em Processos Institucionais e de Saúde II, do curso de Psicologia do Centro Universitário Luterano de Palmas – CEULP/ULBRA.

<sup>2</sup> Acadêmica do curso de Psicologia do Centro Universitário Luterano de Palmas – CEULP/ULBRA. E-mail: [mayaraasbezerra@rede.ulbra.br](mailto:mayaraasbezerra@rede.ulbra.br)

<sup>3</sup> Acadêmica do curso de Psicologia do Centro Universitário Luterano de Palmas – CEULP/ULBRA. E-mail: [bahfronza@rede.ulbra.br](mailto:bahfronza@rede.ulbra.br)

<sup>4</sup> Especialista em Psicologia da Saúde.. Bacharela em Psicologia pelo Centro Universitário Luterano de Palmas - CEULP/ULBRA. E-mail: [mavellepsi@gmail.com](mailto:mavellepsi@gmail.com)

<sup>5</sup> Mestra em Desenvolvimento Regional. Especialista em Saúde Pública e em Análise Comportamental Clínica. Graduada em Psicologia. Professora do curso de Psicologia no Centro Universitário Luterano de Palmas – CEULP/ULBRA. E-mail: [lauriane@ceulp.edu.br](mailto:lauriane@ceulp.edu.br)

**RESUMO:** A felicidade é uma temática de interesse comum. No entanto, parece ser necessária uma discussão sobre a relação entre felicidade, consumismo e sustentabilidade, pois o planeta Terra tem sofrido graves consequências por causa de hábitos contrários à sustentabilidade, ao passo que as pessoas têm se apresentado mais infelizes. A partir de revisão bibliográfica narrativa, o presente estudo tem como objetivo discutir sobre práticas sustentáveis como forma de combater o consumismo e promover a felicidade. São discutidas sobre estratégias que desassocia a felicidade do consumo em excesso, tais como a Agenda 2030 e o movimento minimalista, dentre outros, bem como o papel da Psicologia no incentivo às práticas sustentáveis.

**PALAVRAS-CHAVE:** Felicidade; Consumismo; Sustentabilidade; Psicologia.

### 1. INTRODUÇÃO

A procura por bem estar e felicidade tem sido um propósito de vida durante toda a história da humanidade. A industrialização, e sua revolução, modificou a forma como as pessoas se relacionam com produtos. Com a ascensão do capitalismo moderno, a felicidade passou a ser, então, uma experiência que poderia ser comprada em prateleiras. Nesse sentido, as mercadorias passaram a ter funções emocionais para aqueles que consomem, proporcionando, através da compra, uma sensação de satisfação imediata (MYERS, 2014).

O consumismo tem impactado o planeta Terra, pois a matéria prima para novos produtos vem da natureza e é para ela que os produtos velhos, substituídos por mais atualizados, são destinados. Apesar dessa ameaça à natureza, existem ações e medidas universais que possibilitam, por meio da redução do consumismo, a possibilidade de uma vida feliz com práticas sustentáveis.

Essa relação e/ou emparelhamento da felicidade com o ato de consumir em excesso tem causado impactos não só na sustentabilidade do planeta, mas também na saúde mental dos indivíduos afetados por uma sociedade consumista/capitalista. Considerando o cenário apresentado, o objetivo do presente estudo é discutir sobre práticas sustentáveis como forma de combater o consumismo e promover a felicidade.

### 2. MATERIAL E MÉTODO

Trata-se de um estudo de revisão narrativa de literatura, com objetivo metodológico exploratório. Ocorreu busca em fontes já publicadas, tais como livros, artigos, teses etc., tanto em meio digital quanto físico. Na revisão narrativa, de acordo com Cordeiro et al (2007), não se exige um rígido protocolo para sua construção, sendo que “a busca das fontes não é pré-determinada e específica, sendo frequentemente menos abrangente” (p. 429). Conforme Gil (2002), o fato de a pesquisa ser exploratória auxilia na maior aproximação com o tema, o que ocorre quando são poucos os estudos dentro daquela área, o que facilita pesquisas futuras. Então, a interlocução entre consumismo, sustentabilidade e felicidade foi investigada e discutida a partir de referências da ciência psicológica.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O consumo faz parte do processo da evolução humana, visto que para a manutenção e sobrevivência da espécie, é imprescindível que os seres humanos consumam, pois existem necessidades básicas e essenciais que devem ser supridas. Conforme Pereira et al (2019, p. 5) “não há uma censura ao consumo, pelo contrário, é necessário que se consuma para a própria sobrevivência”. Porém, quando se consome de forma exacerbada ou com a intenção de suprir uma falta, estando disposto a se sujeitar ao “comprismo” a qualquer custo, torna-se evidente o consumismo.

O consumismo, por sua vez, é caracterizado pelas necessidades e desejos de consumir produtos que satisfaçam valores materiais em função do bem-estar psicológico, assim como afirma Bauman (2008, p. 38-39): “nossa capacidade de ‘querer’, ‘desejar’, ‘ansiar por’ e particularmente de experimentar tais emoções repetidas vezes, de fato passou a sustentar a economia do convívio humano”. Por outro lado, o TER coisas não satisfaz o SER no seu sentido existencial, emocional e espiritual, portanto, “perdemos de vista aquilo que é importante na busca por Coisas” (LEONARD, 2011, p. 129).

Logo, este fator corrobora com a economia capitalista, pois o indivíduo vai sempre desejar aquilo que não possui na mesma proporção que vai descartar aquilo que já tem. Bauman (2007, p. 106) discute que “a sociedade de consumo consegue tornar permanente a insatisfação. Uma forma de causar esse efeito é depreciar e desvalorizar os produtos de consumo logo depois de terem sido alcançados ao universo dos desejos do consumidor”, dessa forma, se reforça uma ilusória satisfação, que é momentânea, assim como alimenta-se esse modo de consumo.

Silva (2014, p. 20) ao abordar sobre uma sociedade consumista, relata:

Consumir é a maneira mais rápida e eficaz de ter, e, numa sociedade com abundância produtiva, esses dois verbos (ser e ter) viram sinônimos absolutos. Mas consumir guarda em si um efeito colateral inevitável: se, em um primeiro momento, o ato de consumir gera um estado de alegria ou de euforia momentânea, libertando parte de nossa ansiedade, com o tempo nós nos “viciamos” nessa sensação abstrata de prazer e passamos a comprar mais e mais, na tentativa ilusória de criar um estado permanente de satisfação. E, assim, quanto mais compramos, mais rapidamente perdemos o caráter ansiolítico e prazeroso do ato de consumir. Forma-se, então, o ciclo vicioso que aprisiona milhares de pessoas no mundo inteiro e que, de maneira oposta, faz girar a economia com força e, cada vez mais, gerar bens de consumo e o tão almejado lucro (SILVA, 2014, p. 20).

Conseqüentemente, o consumo desenfreado e o processo de descarte rotineiro tem contribuído diretamente para uma crise ecológica global e insustentável, considerando que aspectos como o acúmulo de lixo/resíduos no mundo, poluição, destruição ambiental e progressão do aquecimento global, são fatores de alerta para o futuro da sociedade (LEONARD, 2011; HARARI, 2017).

No entanto, a boa notícia é que existem pessoas e movimentos que lutam por uma vida e planeta mais sustentáveis, como por exemplo o minimalismo e o essencialismo. O minimalismo parte da premissa de que o excesso pode e deve ser desapegado com leveza e de que viver com o necessário é mais do que o suficiente, assim como cita Severo (2017):

O estilo de vida minimalista se baseia no que é necessário e importante, o minimalista quer viver com menos e isso não significa não possuir recursos para adquirir produtos, significa se livrar do excesso para poder priorizar o que é realmente importante, estar com quem ama e fazer o que gosta (SEVERO, 2017, p. 26).

O essencialismo é também um modo de vida sustentável e, por sua vez, consiste em buscar o que realmente faz sentido e aproveitar isso ao máximo. McKeown (2015, p. 8) em seu livro “Essencialismo” menciona que “não trata de fazer mais; trata de fazer as coisas certas. Também não é fazer menos só por fazer menos. É investir tempo e energia da forma mais sábia possível para dar sua contribuição máxima fazendo apenas o essencial.”

E, como medida universal, a Organização das Nações Unidas - ONU e os países membros adotaram uma ação global que indica 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis (ODS), nas dimensões sociais, econômicas e ambientais, além de diversas metas para erradicação da pobreza e da construção de um futuro sustentável, através da Agenda 2030 (ONU, 2015)

Myers (2014) sugere alternativas que podem contribuir para que a sociedade rumo para uma vida sustentável e apresenta soluções possíveis: inovação tecnológica, com recursos que exigem menos matéria-prima; redução de consumo, através de políticas públicas e incentivos por parte de governos. O autor discute ainda que diversas áreas da Psicologia, como a Social e a Ambiental, podem intervir na mudança de valores sobre a relação consumo x sustentabilidade x felicidade.

Mas afinal, o que é a felicidade? O dicionário *online* Dicio define felicidade (do latim *felicitas-atis*) como “sensação real de satisfação plena; estado de contentamento, de satisfação.” O senso comum, no geral, concorda com esta definição, no entanto, a literatura traz diferentes definições acerca da felicidade. De acordo com Skinner (1974, p. 63): “a felicidade é um sentimento, um subproduto do reforço operante. As coisas que nos tornam felizes são as que nos reforçam”.

Andrews (2011, p. 14) aborda o conceito de felicidade definida por pesquisadores:

Os pesquisadores definem a felicidade como a combinação entre o grau e a frequência de emoções positivas; o nível médio de satisfação que a pessoa obtém durante um longo período; e a ausência de sentimentos negativos, tais como tristeza e raiva. Essa definição marca a felicidade como uma característica estável, e não como uma flutuação momentânea. Logo, a felicidade não é apenas caracterizada como a falta de emoções negativas, mas também como a presença de sentimentos positivos (ANDREWS, 2011, p. 14).

Seguindo essa linha, pode-se então dizer que a felicidade não consiste em uma emoção passageira, e muito menos momentânea, mas ser feliz é uma condição de satisfação com aquilo que é essencial e permanentemente sustentável.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A discussão aqui trazida não se trata de uma apologia à pobreza, mas sim uma tentativa de mudança de valores, já que os atuais parecem resultar numa sociedade infeliz, pois, concordando com Andrews (2011), quando se foca em bens materiais e se deixa de lado relacionamentos ou um propósito de vida o resultado provável é infelicidade, uma vez que focar em *status*, acúmulo de bens e aparência em demasia resulta em menos felicidade. Batista (2018, s/p) observa que “o acréscimo do capital das grandes nações e toda a facilidade advinda dos meios tecnológicos parece não ter ocorrido concomitante ao aumento do bem estar das pessoas. Talvez, sejamos a sociedade mais deprimida e cansada de todos os tempos.” A partir desse entendimento e com o apoio da Psicologia é possível incentivar à sociedade no engajamento em práticas responsáveis no que tange ao consumo e a felicidade, colaborando com o desenvolvimento sustentável e, por conseguinte, resultando em pessoas mais satisfeitas com a vida e o planeta habitável para as próximas gerações.

## REFERÊNCIAS

- ANDREWS, S. **A ciência de ser feliz**. São Paulo: Ágora, 2011.
- BATISTA, M. **E se a busca excessiva pela felicidade nos torna infelizes?**. ENCENA - A Saúde Mental em Movimento, 2018. Disponível em: <<https://encenasaudemental.com/comportamento/insight/e-se-a-busca-excessiva-pela-felicidade-nos-torna-infelizes/>>. Acesso em: 07/10/2021.
- BAUMAN, Z. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BAUMAN, Z.. **Vida Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.
- CORDEIRO, A. M.; OLIVEIRA, G. M.; RENTERÍA, J. M.; GUIMARÃES, C. A.. Revisão sistemática: uma revisão narrativa. **Revista do Colégio Brasileiro de Cirurgiões**, v. 34, n. 6, p. 428-431, dez. 2007. <http://dx.doi.org/10.1590/s0100-69912007000600012>.
- Dicionário Online de Português. **Dicio**. Disponível em <<https://www.dicio.com.br/>> Acesso em 07/10/2021
- GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2002.
- HARARI, Y. **Sapiens: uma breve história da humanidade**. São Paulo: Editora L&PM, 2015.
- LEONARD, A. **A história das coisas: da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- MYERS, D. **Psicologia Social**. Porto Alegre: AMGH, 2014.
- PEREIRA, Luiz Felipe Lima et al . Consumir e consumir-se: gozo e capitalismo na contemporaneidade. **Revista Subjetividades**, Fortaleza, v. 19, n. 3, p. 1-11, dez. 2019 . Disponível em: <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2359-07692019000300007&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2359-07692019000300007&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em 07 out. 2021.
- MCKEOWN, G. **Essencialismo: a disciplina busca por menos**. Rio de Janeiro: Sextante, 2015. Organização das Nações Unidas. **Agenda 2030**. 2015. Disponível em <<https://nacoesunidas.org/pos2015/>> Acesso em 07/10/2021.
- SEVERO, J. D. **Minimal Millennial: Uma Proposta Sustentável Aplicada à Moda**. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design de Moda) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2017.
- SKINNER, B. F. **Sobre o Behaviorismo**. São Paulo: Cultrix, 1974.
- SILVA, A. Beatriz Barbosa. **Mentes consumistas: do consumo à compulsão por compras**. São Paulo: 2014.