

## A SOCIEDADE LÍQUIDA E O CONCEITO DE FELICIDADE EM “A ARTE DA VIDA” DE ZYGMUNT BAUMAN

Kelvis Leandro do Nascimento<sup>1</sup>  
Allyson Darlan Moreira da Silva<sup>2</sup>

**RESUMO:** Neste artigo buscamos compreender, a partir de pressupostos teóricos clássicos e atuais, as concepções sobre a ideia de felicidade, em particular, na definição pós-moderna do conceito descrita pelo sociólogo polonês Zygmunt Bauman em sua obra *A Arte da Vida*, lançada em 2009. Ao apresentar sua teoria, Modernidade Líquida, Bauman nos permite conceber a sociedade enquanto geradora de mal-estar, percebido nas fragilidades dos laços sociais, na liquidez dos relacionamentos amorosos e sexuais, bem como no consumo desenfreado de mercadorias e serviços. Utilizamos metodologicamente a revisão bibliográfica de suas principais obras, além de traçar um paralelo com teorias clássicas e contemporâneas para extrair o que se entende por felicidade na chamada Sociedade Líquida. Concluimos com as análises que Zygmunt Bauman acreditava ser possível fugir da lógica perversa do consumo pelo consumo através do cuidado de si e construir, a partir disso, indivíduos como obras de arte.

**Palavras-chave:** Felicidade; Pós-modernidade; Consumo.

**ABSTRACT:** In this article we seek to understand, from classical and current theoretical assumptions, the conceptions about the idea of happiness, in particular, in the postmodern definition of the concept described by the Polish sociologist Zygmunt Bauman in his work *The Art of Life*, launched in 2009. In presenting his theory, Net Modernity, Bauman allows us to conceive society as a source of malaise, perceived in the weaknesses of social bonds, the liquidity of love and sexual relationships, as well as the unbridled consumption of goods and services. We use methodologically the bibliographical revision of its main works, in addition to drawing a parallel with classical and contemporary theories to extract what is meant by happiness in the so-called Liquid Society. We conclude from the analyzes that Zygmunt Bauman believed it was possible to escape from the perverse logic of consumption through self-care and to construct individuals as works of art.

**Keywords:** Happiness; Postmodernity; Consumption.

### INTRODUÇÃO

Foi na Grécia Antiga que surgiram as ideias que fundamentam e inspiram o conhecimento até hoje, mais de dois mil anos depois. Muitos filósofos gregos com seus

---

<sup>1</sup> Doutorando em Ciências Sociais. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. E-mail: [nascimentokelvis@gmail.com](mailto:nascimentokelvis@gmail.com)

<sup>2</sup> Doutorando em Ciências Sociais. Universidade Federal do Rio Grande do Norte E-mail: [allysonjornalista@hotmail.com](mailto:allysonjornalista@hotmail.com)

estudos ajudaram a criar o conhecimento contemporâneo, dentre os quais, destaco Platão e Aristóteles. Sobre Platão é importante enfatizar que, apesar dessas ideias serem de sua autoria, é incerto dividir seus pensamentos com os de seu mestre, Sócrates. No sentido de estudar melhor o ser humano, Platão identificou quais seriam as características unicamente humanas em comparação com os outros animais. Fazendo isso, ele definiu a razão como componente unicamente humano, entretanto encontrou também uma característica semelhante aos demais animais e que vivia em conflito com a razão: os desejos.

A felicidade para Platão era ascender aos céus, ser igual aos deuses e se distanciar dos animais. O homem deveria buscar harmonia absoluta, ser governado somente pela razão e evitar ao máximo as interferências das experiências sensíveis. (COMTE-SPONVILLE, 2006, p. 72).

É perceptível a oposição que Platão faz entre a experiência inteligível (racional) e a experiência sensível (corpo, desejos). E ele conclui ser a experiência sensível responsável por desorientar e causar conflitos no ser humano, devendo ser evitada. Já a racionalidade seria a chave para a felicidade, conforme afirma o próprio Platão: “O corpo é o túmulo da alma” (Platão, 1985, p. 24). Nessa perspectiva, o corpo deveria cada vez mais ser silenciado. A felicidade para Platão é um tipo de comportamento ideal, uma felicidade que exige o esforço de silenciar o corpo (desejos) sem matá-lo ou anulá-lo. Seria na relação do homem com seus desejos, a chave para a felicidade platônica. Aristóteles (1991) ficou conhecido por apresentar de maneira mais clara e por expor melhor as ideias de seu antecessor. Ele apresenta uma boa definição e foi um dos que mais se destacou com sua filosofia da felicidade. Em sua obra, *Ética a Nicômaco*, referente ao tema em estudo, ele diz:

É ela procurada sempre por si mesma e nunca com vistas em outra coisa, ao passo que à honra, ao prazer, à razão e a todas as virtudes nós de fato escolhemos por si mesmos (pois, ainda que nada resultasse daí, continuaríamos a escolher cada um deles); mas também os escolhemos no interesse da felicidade, pensando que a posse deles nos tornará felizes. A felicidade, todavia, ninguém a escolhe tendo em vista algum destes, nem, em geral, qualquer coisa que não seja ela própria. (ARISTÓTELES, 1991, p.14).

Aristóteles defendia que a Felicidade depende de diversos fatores, sendo ela a mais

completa ausência do sofrimento, da inquietude, da tristeza. Essa busca desse ideal, movido pela procura do prazer, tem nos levado ao mais profundo abismo, por ser esse estado de contemplação máxima, impossível. Desde Aristóteles, e até muito antes dele, a Felicidade é evocada pelo discurso religioso, que liga o ser humano aos deuses e provoca, com isso, uma sensação imensa de bem-estar. Todavia, para alcançar essa ligação, se faz necessário um domínio e uma restrição das paixões e desejos, transformando a busca pela ligação espiritual num peso, num desconforto. Felicidade para Aristóteles é o sumo bem, o bem entre os bens.

Em Epicuro de Samos, filósofo grego, também encontramos estudos sobre a felicidade. Esse filósofo, fundador da primeira escola helenística de Atenas, vê no prazer a peça principal para a felicidade. Dessa forma, ele traz contribuições novas ao debate sobre o tema e se afasta um pouco da filosofia presente nos estudos Socrático-Platônico e Aristotélico. Epicuro defendia que a felicidade é elemento natural do homem e que, por ser natural, todo o resto, buscado ou almejado, era vaidade e excesso de desejos, : “Livremonos amplamente do cárcere das ocupações cotidianas e da política” (Epicuro, 2005, p. 27). Assim, quanto mais separado da multidão e da vida pública, mais feliz se consegue ficar. A contribuição mais interessante da filosofia de Epicuro é que ele acreditava que o segredo da felicidade está na busca pelo prazer e nas coisas mais simples da existência.

Distanciando-se dessa teoria, da busca da felicidade pelo prazer, Santo Agostinho (354-430 d.C), em suas Confissões, defendia exatamente o contrário: para ele há um constante duelo entre o corpo e o espírito, sendo o ser humano altamente corrompido pelos seus desejos. Nesse pensamento, a felicidade só é alcançada quando o homem obedece e aceita seu impulso natural de encontrar a verdade, que é Deus. O homem precisa assumir sua dependência e necessidade de Deus. Todavia, assumir essa necessidade implica em assumir uma falta, que só pode ser eliminada no instante da morte. Gracioso (2010, p. 35) sintetiza bem essa felicidade:

Para Santo Agostinho, o ser humano só pode ser feliz se ele possui o que deseja. Todavia não adianta possuir o que deseja se [o que se deseja] não for o bem. Assim, não é qualquer coisa que pode dar ao ser humano a vida feliz, é preciso que seja um bem e um bem imutável, pois, caso contrário, estaria fundamentando a felicidade em algo

passageiro. Ora, o único bem imutável é Deus. Portanto, só é feliz quem possui e conhece Deus. GRACIOSO (2010, p. 35).

Nesse sentido, Agostinho remonta o ideal platônico na medida em que considera a felicidade possível, somente, no pós-vida. O filósofo defende esse ideal por meio das experiências sensíveis, se afastando, pois, da razão. Sigmund Freud, na obra *O Mal-Estar da Civilização* (1930-1936), introduz o estudo sobre felicidade como um propósito de vida, o autor comenta que o vazio do ser humano leva-o a buscar incansavelmente o bem-estar. Muitas vezes, essa busca deságua na religião, Freud afirma: “Só a religião é capaz de resolver a questão do propósito de vida. Dificilmente incorreremos em erro ao concluirmos que a idéia de a vida possuir um propósito se forma e desmorona com o sistema religioso” (Freud, 1969, p.09). Para se distanciar dessas agonias o ser humano sonha com a felicidade:

Esforçam-se para obter felicidade; querem ser felizes e assim permanecer. Essa empresa apresenta dois aspectos: uma meta positiva e uma meta negativa. Por um lado, visa a uma ausência de sofrimento e de desprazer, por outro, à experiência de intensos sentimentos de prazer. Em seu sentido mais restrito, a palavra ‘felicidade’ só se relaciona a esses últimos. (FREUD, 1969, p. 09).

Desse modo, o propósito da vida é a busca pelo prazer, pela total ausência de dor, de aflição. Freud vai delimitar o sofrimento em três dimensões:

De nosso próprio corpo, condenado à decadência e à dissolução, e que nem mesmo podem dispensar o sofrimento e a ansiedade como sinais de advertência; do mundo externo, que pode voltar-se contra nós com forças de destruição esmagadoras e impiedosas; e, finalmente, de nossos relacionamentos com os outros homens. O sofrimento que provém dessa última fonte talvez nos seja mais penoso do que qualquer outro (FREUD, 1969, p.09).

Introduzindo o conceito de felicidade e analisando o de cultura, Freud vai dizer que a vida social exige sacrifícios, sobretudo, no tocante às esferas do desejo; sacrifícios inevitáveis para a garantia da vida, porém limitadores, excluindo, muitas vezes, ou pondo em segundo plano, a busca pela felicidade. Freud inclui o “princípio da realidade” para justificar o adiamento dos prazeres em detrimento do sustento da vida. Entende a

Felicidade como a busca pelo prazer duradouro, longe do desprazer e da aflição. Logo adiante, ele dá uma ideia de incompatibilidade entre a felicidade e a vida, esta privadora dos prazeres e desejos.

Muitos outros pensadores se dedicaram ao estudo sobre felicidade, como Zênon de Cítia, Jeremy Bentham, Immanuel Kant, entre outros. Porém, acredito que, essas breves notas já possibilitam uma abertura ao diálogo sobre felicidade. Atualmente, no advento do século XXI, os estudos sobre felicidade vêm ganhando destaque, geralmente relacionada à sociedade pós-moderna, caracterizada pelo consumo desenfreado de mercadorias. Esses estudos surgem no contexto da chamada sociedade de consumo, termo usado por estudiosos como, Gilles Lipovetsky *A felicidade paradoxal* (2007), Jean Baudrillard *Sociedade do consumo* (2008) e, em especial, o sociólogo polonês Zygmunt Bauman *Modernidade Líquida* (2003), sendo o último o teórico principal desta contribuição.

## **A MODERNIDADE LÍQUIDA EM ZYGMUNT BAUMAN**

A sociedade capitalista, no contexto que corresponde ao desenvolvimento de seu modo de produção, acaba por criar a Modernidade Líquida, que, segundo Zygmunt Bauman, não é apenas efeito do consumo, nem representada somente na economia do consumo, mas por outras relações também e por outros estados líquidos das experiências sociais. A partir do século XX, percebe-se uma mudança na estrutura de sociedade, que sai de um modelo de produção e embarca na sociedade do consumo. Marcado por uma intensa produção de mercadorias e bens de consumo, 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 líquida, como chama Bauman. Sendo líquido, tudo aquilo que não se sustenta por muito tempo, que se liquefaz com facilidade, que se desmancha. Sobre a ideia de liquidez, Bauman diz:

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 surge daí 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 tanta mudança que ele próprio começa a se desfazer. Bauman faz uma análise muito interessante do conceito de “identidade” e nos alerta para a necessidade do indivíduo construir seus processos identitários, repensá-los constantemente e modificá-los de acordo com a necessidade. Sendo, portanto, para ele, impossível ser sólido numa sociedade cada vez mais líquida. No tocante a sua teoria de modernidade líquida, Bauman (2005) aponta importantes passagens: “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, uma segurança; 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 sobre carregado 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).

A segunda característica que permeia o debate de Bauman, sobre o assunto em tese, é que 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 do próprio indivíduo, a

sociedade não consegue mais dar as garantias que ele necessita. Isso gera um conflito imenso na vida de todos.

Como sobreviver em meio a tanta desfragmentação? Como superar o estado precário e inseguro de viver nos tempos atuais? Como sobreviver na incerteza, na precarização, na mudança dos padrões de comportamento, numa sociedade solúvel e em constante movimento? Todas essas aflições exigem uma mudança no modelo com que elas são pensadas, tornam os indivíduos apáticos, melancólicos e muitas vezes depressivos, como aponta Maria Rita Kehl<sup>3</sup>, em seu livro, *O tempo e o Cão* (2009), que analisa os casos de depressão no Brasil como sintoma social do mal-estar no século XXI:

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, 2010, p.31).

Como solução para todo esse abismo existencial, criado pela 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. 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 deixar a vida mais feliz, caso compre o novo peito de peru, produzido por certa empresa, ou caso adquira um celular com uma função diferente, ou até mesmo, a roupa que uma celebridade usou em um determinado evento e agora está sendo leiloada na internet.

Bauman diz: “[...] poderíamos até dizer que nossa era moderna começou verdadeiramente com a proclamação universal à busca da felicidade, e da promessa de

---

<sup>3</sup> Maria Rita Kehl é psicanalista, cronista e crítica literária. Em 2010, venceu o Prêmio Jabuti de Literatura na categoria "Educação, Psicologia e Psicanálise" com o livro *O Tempo e o Cão - A Atualidade das Depressões* e recebeu o Prêmio Direitos Humanos do governo federal na categoria "Mídia e Direitos Humanos".

demonstrar sua superioridade em relação às formas de vida que ela substituiu tornando essa busca menos árdua e penosa, e ao mesmo tempo mais eficaz”. (Bauman, 2009, p. 08). Entretanto, 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, fez-se necessário que ela saísse do campo das ideias e se tornasse algo visível aos olhos. Daí surge à 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 resignificação 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 Gilles Lipovetsky chama, em sua obra *A Felicidade Paradoxal* (2007), essa mudança de “Hiperconsumo”, quando diz:

Apoiando-se na nova religião da melhoria contínua 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).

Os consumidores tornam-se mais exigentes relativamente à qualidade de vida, à



comunicação, à saúde, ao meio-ambiente e às questões sociais: “queremos objetos para viver, mais do que objetos para exibir; compramos isto ou aquilo não tanto para ostentar, para evidenciar uma posição social, mas para ir ao encontro de satisfações emocionais e corporais, sensoriais e estéticas, relacionais e sanitárias, lúdicas e recreativas.” (Lipovetsky, 2007, p. 36). Todo esse consumo fez com que a felicidade fosse transformada em um bem ou uma mercadoria comprável, em qualquer supermercado ou shopping. Essa sociedade do hiperconsumo adéqua à felicidade na expectativa de poder consumir. Bauman, na obra “A Arte da Vida” (2009), traz uma profunda reflexão dessa Modernidade Líquida, da busca pela felicidade e de como nós podemos nos afastar dessa lógica consumista, de como nós podemos transformar esse modelo de felicidade, através do consumo, em momentos e instantes, em contraposição à compra. Sendo o ser humano artista de sua própria vida, podemos galgar passos diferentes e, pela fluidez dessa sociedade, encontrar a felicidade nas coisas mais simples.

#### **“A ARTE DA VIDA” E A FELICIDADE EM ZYGMUNT BAUMAN**

Em *A Arte da Vida* (2009), o sociólogo Zygmunt Bauman tece uma obra disposta a criar relações entre vida e arte, sendo arte um conceito usado para definir a produção do sujeito, ou seja, o sujeito como construtor de si mesmo. Bauman vai abordar, ainda, a busca pela felicidade na sociedade contemporânea, estabelecendo ligações entre sociedade do consumo, riqueza e felicidade e nos provocando com uma pergunta instigante: “O que há de errado com a felicidade?” (2009, p. 07).

Por que é provável que essa pergunta desconcerte? Por que indagar o que há de errado com a felicidade? É como perguntar o que há de quente ou mal cheiroso numa rosa. Sendo o gelo incompatível com o calor, e a rosa com o mau cheiro, tais perguntas presumem a viabilidade de uma coexistência inconcebível (Onde há calor, não pode haver gelo). De fato, como poderia haver algo de errado com a felicidade? “Felicidade” não seria sinônimo de ausência de erro? Da própria impossibilidade de sua presença? Da impossibilidade de todo e qualquer erro? (BAUMAN, 2009, p. 07).

Relatando o contexto de frustração pós políticas de bem-estar social<sup>4</sup>, Bauman desmistifica a postura de que é na riqueza que repousa a felicidade. Para isso, ele comenta trabalhos de vários pesquisadores que problematizaram a ideia de felicidade na riqueza. A partir destas colocações, o autor exalta a postura do artista da vida, por acreditar ser uma postura que propicia novos arranjos e novas possibilidades de vida, sendo o artista, capaz de superar a esfera do consumo e produzir a si mesmo como uma obra perfeita. Bauman vai dizer que o artista da vida é aquele que se afasta das tentações do consumo e se organiza a fim de criar uma obra de arte dele mesmo. Sobre isso ele afirma:

A afirmação “a vida é uma obra de arte” não é um postulado ou advertência (do tipo “tente tornar a sua vida bela, harmoniosa, sensata e cheia de significados – tal como os pintores tentam fazer suas pinturas, ou os músicos suas composições), mas uma declaração de um fato. A vida não pode deixar de ser uma obra de arte se é uma vida humana – a vida de um ser dotado de vontade e liberdade de escolha. Vontade e escolha deixam suas marcas na forma de vida, a despeito de toda e qualquer tentativa de negar sua presença e/ou ocultar seu poder atribuindo o papel causal à pressão esmagadora de forças externas que impõem um “eu devo” onde deveria estar “eu quero”, e assim reduzem a escala das escolhas plausíveis. (BAUMAN, 2009. p. 72).

Sobre o conceito de “artista da vida”, vale ressaltar que não é novo, pois Oscar Wilde já trabalhava com a ideia de que podíamos ser uma obra de arte. Também Michel Foucault, na *História da Sexualidade* (1998) cunhava esse conceito de produção dos sujeitos. Sobre esses autores, Didier Eribon, em seu livro *Reflexões Sobre a Questão Gay* (2008), vai nos dizer:

Wilde buscava forjar, senão uma nova “identidade”, pelo menos um personagem, um papel ou, para dizê-lo num termo mais moderno, uma “posição” na qual seria possível criar a si mesmo afastado das normas dominantes. Foucault propõe inventar novas relações entre os indivíduos, novos modos de vida como meios de resistência ao poder e como operadores da reformulação de si. (DIDIER, 2008, p. 296).

Partindo dessa reflexão, Bauman afirma que podemos criar novos arranjos, novos

---

<sup>4</sup> Welfare State, modelo de crescimento usado para definir o Estado assistencial que garante padrões mínimos de educação, habitação, saúde, renda, e seguridade social a todos os cidadãos.

modelos de nós mesmos. A partir daí, é possível criar novos mundos e moldar a vida através de escolhas que possibilitem a existência tranquila, num contexto de insolidéz e incertezas. Podemos criar, segundo Bauman (2008), uma identidade, entendendo que essa não é dada *a priori*, precisa ser construída pelo indivíduo, que se torna artista de sua própria vida. O autor faz, ainda, uma análise entre as gerações e comenta que os velhos se criaram sob coisas sólidas e perenes, capazes de perdurar até o futuro; todavia, os jovens não conseguem vislumbrar o futuro, criando assim obras de arte úteis apenas no presente, mutáveis líquidas, condizentes com a época em que vivem.

Nesse diálogo entre as gerações, é estabelecido um contínuo contraponto entre as gerações do século XX e às do século XIX. As profundas mudanças, trazidas pelo imenso crescimento tecnológico, trouxe uma profunda fragmentação, inclusive, na maneira com que pensavam “eles” no século passado, e o que pensamos “nós” no atual. Para “eles” que vivenciam as transformações há uma quebra de rotina, um desconforto. Para “nós” que já nascemos com o andar do novo século, conseguimos rapidamente incorporar às mudanças que são, para nós, habituais. Isso gera um estranhamento entre essas gerações, um temor.

Segundo Bauman (2009), o temor sentido pela geração mais velha é que os jovens destruam ou não valorizem tudo o que lutaram para construir. Vivendo como artistas, que podem criar obras grandiosas ou que se desfaz com facilidade, cada geração tem sua maneira de lidar e interagir com o mundo a sua volta. Estamos mergulhados num mundo que se transforma a cada momento, que não nos oferece momentos duradouros que exige de nós uma postura adaptável, esse mundo nos obriga a reformular nossos próprios conceitos, a felicidade, por exemplo. Tema que perpetua toda a sua obra, *A Arte da Vida* (2009), faz uma profunda reflexão sobre a felicidade.

O debate sobre felicidade aparece na obra num contexto de crítica à sua vinculação com o aumento da renda da população, essa relação só pode ser feita levando em consideração suprir às necessidades básicas de sobrevivência, todavia, há uma grande frustração, quando caímos num modelo de sociedade que passa a consumir objetos e mercadorias, não mais para suprir necessidades básicas, mas sim para ostentação e prazer. A frustração aparece quando nos damos conta que não é possível comprar coisas que consideramos essenciais para a felicidade humana.

Qualquer que seja a sua condição em matéria de dinheiro e crédito, você não vai encontrar num shopping o amor e a amizade, os prazeres da vida doméstica, a satisfação que vem de cuidar de entes queridos ou de ajudar um vizinho em dificuldade, a autoestima proveniente do trabalho bem-feito, a satisfação do “instituto de artífice” comum a todos nós, o reconhecimento, a simpatia e o respeito dos colegas de trabalho e outras pessoas a quem nos associamos; você não encontrará lá proteção contra as ameaças de desrespeito, desprezo, afronta e humilhação. (BAUMAN, 2009, p. 12).

Por isso, a felicidade subjetiva não pode ser medida através de mecanismos numéricos, e dessa forma, não pode ser ofertada no mercado sob nenhum preço acessível. A ilusão de que podemos compra-la, faz com que tenhamos um prazer fluido, um prazer que acaba assim que compramos determinado objeto. Dessa forma, nota-se que, nesse contexto, quanto mais compramos a felicidade, menos felizes nós somos. Essa característica fluida atinge também os laços humanos, em especial, os compromissos mais duradouros, que noutra época era estável, mas que ganha liquidez, formando o caráter líquido dos relacionamentos humanos, que desprezam os “laços densos”, como diz Bauman (2010). Nesse rearranjo há uma mudança dos prazeres coletivos para os individuais, anexando um caráter efêmero ao sentido da vida. Nessa lógica, Bauman (2009) aponta o fator da exclusividade, a busca por objetos e mercadorias únicas ou com poucos exemplares.

O que as butiques fizeram pelos poucos escolhidos certamente emprestará autoridade e credibilidade às promessas das cópias massificadas vendidas nas lojas. E as promessas, em ambos os casos, são marcadamente parecidas: torná-lo “*melhor que...*” - e, portanto capaz de sobrepujar, humilhar, rebaixar e degradar outras pessoas que sonharam fazer o que você fez, mas fracassaram. (BAUMAN, 2009, p. 36).

Dessa maneira, cria-se uma concepção ruim de felicidade, como se fosse de caráter exclusivo, onde poucas pessoas podem atingi-la. A felicidade se torna algo impossível ou materializada num produto novo no mercado. “[...] Se a felicidade pode ser um ‘estado’, só pode ser um estado de excitação estimulado pela incompletude” (Bauman, 2009, p.43). Como consequência dessa má interpretação de felicidade, a falta dela leva os indivíduos a continuarem sua busca, mesmo nunca alcançando esse alvo. Atinge-se um campo de total

incerteza, onde o que não é conhecido se transforma em desapontamento e sofrimento. Com a queda dos campos sólidos e o surgimento das incertezas nasce a confiança no mercado.

A “mão invisível” do mercado operada por indivíduos egoístas na busca de sua própria riqueza e prazer parecia muito relutante ou impotente em salvar os seres humanos da crueldade recíproca [...] Veio à luz que, para obter satisfação em sua vida, os seres humanos precisam dar amar e compartilhar tanto quanto precisam tomar, defender sua privacidade e vigiar o que é seu. Para o dilema complexo, cheio de contradições, conhecido pelo nome de condição humana, não parece haver soluções simples, diretas, monotemáticas. (BAUMAN, 2009, p. 68).

Desses desdobramentos surge o individualismo, porque a vida pessoal ganha destaque e passa a necessitar, exclusivamente, da autoadministração. “A preocupação com a forma como o mundo é administrado deu lugar à preocupação com a autoadministração. Não é a situação do mundo, juntamente com seus habitantes, que tende a nos incomodar e a nos deixar preocupados, mas sim aquilo que é de fato um produto final da reciclagem de seus ultrajes [...] A paz de espírito do indivíduo interessado” (Bauman, 2009, p. 58).

Portanto, cabe um questionamento a cerca desse mal-estar todo gerado por essas mudanças, no que concerne à felicidade. Há saída para esse dilema? Não se pode afirmar, todavia resgatando o conceito de “artista da vida” de Bauman (2009), acredito ser aí a chave para diminuir essa tensão. Sendo capazes de produzir a si mesmo, podemos estabelecer em nós uma busca por outros tipos de felicidade, ou podemos buscar apenas por momentos alegres, sem pensar em algo duradouro ou eterno, visto que as condições da sociedade não são favoráveis. Desse modo, praticar a arte da vida significa viver num contexto de transformações e mudar com esse contexto, se refazer, assumir novas posturas de si mesmo. “Tornar-se outra pessoa” significa, contudo, deixar de ser quem se foi até agora, romper e remover a forma que se tinha, tal como uma cobra se livra de sua pele ou uma ostra de sua concha [...] (Bauman, 2009, p. 99).

Para Bauman (2009) então, a busca pela felicidade compreende uma transformação do indivíduo em produtor de si mesmo, os artista da vida devem romper com a lógica do mercado, pois não se pode alcançar o básico para a felicidade humana em mercados ou em

objetos, não podemos comprar o que realmente nos dá prazer. Não podemos entender a busca da felicidade como um caminho pronto. Bauman entende “a arte da vida” como o que ele chamou de “prazer dos prazeres”, ele diz: “ O prazer de “fazer uma diferença” que não interessa apenas a você” (Bauman, 2009, p. 27). O artista da vida deve criar estratégias que ultrapassem o campo individual.

## **SOBRE FELICIDADE E SOCIEDADE DO CONSUMO**

A felicidade se tornou busca incessante para as sociedades. Ser feliz tem sido o motivo de nossas lutas diárias, pegar ônibus pela manhã, ir ao trabalho, fazer um curso de qualificação, comprar, possuir objetos da moda, roupas que as atrizes estão usando nas novelas, etc. Ser feliz assume várias características atualmente, em plena era do consumo, ser feliz é consumir.

Que todos os seres sejam felizes, fracos ou fortes, os de cima, do meio, ou de baixo, pequenos e grandes, visíveis ou invisíveis, próximos ou distantes, vivos ou ainda por nascer, que todos eles sejam inteiramente felizes. Que ninguém minta para alguém, ou despreze qualquer criatura que seja. Que ninguém deseje o mal para criaturas como uma mãe adora seu filho único. Que nossos pensamentos amorosos preencham o mundo inteiro, em cima, embaixo e por dentro, sem limite, como uma bondade sem fronteira em relação a todo o mundo, irrestrita, livre de ódio e inimizade. (SCHUMAKER, 2007, p.102-3).

Mas que felicidade é essa que ganhou tanta força na sociedade do consumo? Afinal, o que é Sociedade do Consumo? Zygmunt Bauman diz:

Poderíamos até dizer que nossa era moderna começou verdadeiramente com a proclamação universal à busca da felicidade, e da promessa de demonstrar sua superioridade em relação às formas de vida que ela substituiu tornando essa busca menos árdua e penosa, e ao mesmo tempo mais eficaz. (BAUMAN, 2008, p. 08).

Entretanto, há uma mudança no conceito de felicidade, Jean Baudrillard comenta no seu livro *A Sociedade de Consumo* (2008) que, “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, p. 49). Para que a felicidade fosse um alvo, fez-se necessário que ela saísse do campo das ideias e se tornasse algo visível aos olhos. Daí surge à ideia de felicidade mensurável por objetos e signos. Nesse contexto, pós-revoluções que pediam a igualdade entre as pessoas e fortificada pela Declaração Universal dos Direitos do Homem e do Cidadão, surge à revolução do Bem-estar (Welfare State), que tinha por objetivo básico, a igualdade real entre os homens. Teóricos do Welfare State acreditavam que para estabelecer igualdade entre os homens, eles deviam ter acesso às mesmas coisas, aos mesmos objetos, e dessa forma, garantindo a igualdade de dispositivos visíveis eles garantiam a felicidade das pessoas. Quanto mais rica a sociedade mais feliz seus indivíduos.

Todo o jogo político do Welfare State e da sociedade de consumo consiste em ultrapassar as próprias contradições, intensificando o volume de bens, na perspectiva de uma igualização automática através da quantidade e de um nível de equilíbrio final, que seria o bem-estar total de todos. (BAUDRILLARD, 2008, p. 51).

Nesse contexto, ser feliz é ter bem-estar. O bem-estar ligado a um fundo econômico. Entretanto, faz-se necessário uma problematização em torno dessa ideia tendo em vista que não há como padronizar o bem-estar, visto 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, sua utilidade individual e o bem-estar produzido por ele. Bent Greve, diz:

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).

O carro do ano, a bolsa da moda, o *Iphone* novo, o corpo sarado, dinheiro pra jantar fora, etc. Isso traz felicidade? Compradores compulsivos, que lotam os *shopping's* em

busca dos produtos recém-lançados, ou consumidores que comprem para se manter em determinada camada social, são o retrato dessa sociedade de consumidores<sup>5</sup> que não se contentam em possuir o básico para a subsistência, mas principalmente, os objetos que carregam o símbolo de exclusividade, e que trazem consigo uma felicidade momentânea, que dura o tempo suficiente de outro produto ser lançado no mercado. Principal responsável em difundir esses novos objetos, a publicidade se transformou na principal ferramenta do sistema capitalista dentro da sociedade de consumo, o discurso incessantemente novo da propaganda suscita o desejo em ter tal objeto e leva os indivíduos, muitas vezes, a acreditarem que àquele produto será capaz de amenizar as dores cotidianas, amenizar a triste ou acrescentar algo de novo à vida.

Se for um celular, por exemplo, que se propõe a vender, a publicidade vai dizer que possuindo tal aparelho, um mundo de possibilidades se abre para o comprador, vai desde despertar a inveja das pessoas que não podem comprá-lo, até garantir uma foto de melhor qualidade de determinado momento que se queira registrar. A publicidade trabalha com os anseios e desejos transformando determinado produto na peça que falta para alcançar “status”, aprovação social e felicidade. A sociedade liquidificou até nossos relacionamentos e a nossa maneira de se afetar pelo outro, segundo Bauman (2004). Acredito serem os relacionamentos o exemplo mais claro de que não se pode alcançar a felicidade através do dinheiro, houve uma ressignificação de todos os conceitos sólidos com o advento da modernidade líquida, segundo Bauman (2001), com o amor, por exemplo, não foi diferente. A ideia de alma gêmea, da metade da laranja, deu lugar a um contexto ainda maior, abrindo possibilidades para o surgimento do poliamor, que consiste no relacionamento de três ou mais pessoas. Na tentativa de fugir dos problemas, eles depositam seu ideal de felicidade no outro, na busca por essa alma gêmea, por essa parte perdida de si mesmo. Essa busca desesperada acaba conduzindo os indivíduos a outro consumo, desta vez, o de corpos, como diz José Eduardo Menescal Saraiva, no seu artigo intitulado, “Prazer do consumo ou consumo do prazer?”<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Termo utilizado por Zygmunt Bauman, nas obras *Vida para o Consumo: A transformação das pessoas em mercadorias* (2008) e em *Capitalismo Parasitário* (2010).

<sup>6</sup> O artigo pode ser encontrado no site <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/malestar/v2n1/10.pdf>



Podemos pensar a questão do consumismo na contemporaneidade como uma conduta de caráter impulsivo e reveladora da posição econômica e da importância do sujeito-consumidor. Articulando a questão à impulsividade sexual, tão cara à época atual, o frenesi em torno do sexo, situa-se no mesmo movimento que nos incita a consumir desde carros do ano até corpos, como um sintoma social, ou seja, como uma resposta social ao mal-estar próprio dos nossos dias. (SARAIVA, 2000, p. 132).

Esse consumo de corpos e a facilidade em conhecer novas pessoas, com o advento das redes sociais e dos aplicativos de socialização, tem dificultado os relacionamentos duradouros, sobre isso cito Bauman, que diz:

No mundo líquido-moderno, a solidez das coisas, assim como a solidez dos vínculos humanos, é vista como uma ameaça: qualquer juramento de fidelidade, qualquer compromisso em longo prazo (e mais ainda por prazo indeterminado) prenuncia um futuro prenhe de obrigações que limitam a liberdade de movimento e a capacidade de perceber novas oportunidades (ainda desconhecidas) assim que (inevitavelmente) elas se apresentem. (...) A alegria de “livrar-se” de algo, o ato de descartar e jogar no lixo, esta é a verdadeira paixão do nosso mundo. (BAUMAN, 2010, p. 40-41).

Bauman critica o caráter líquido e efêmero nos relacionamentos, o que tem causado a infelicidade dos indivíduos que não conseguem construir relacionamentos sólidos, como antigamente. Nesse ponto, Bauman exagera, pois segundo ele mesmo, estamos passando por um momento de transição e, dessa forma, ainda existem relacionamentos que mesmo nessa esfera do consumo, sobrevivem por vários anos. Mas falta do outro, diante de qualquer contratempo, qualquer desilusão, qualquer problema, por mais banal que seja, está no consumo o bálsamo para nossos problemas.

Quando não solucionados pelo consumo ainda temos uma indústria farmacêutica que promete resolver a maioria de nossas agonias com medicamentos, daí o uso comum de antidepressivos como o Prozac<sup>7</sup>, por exemplo. Todavia não é criando dependência a medicação, nem tampouco, comprando uma roupa exclusiva e demasiadamente cara, que vamos afastar as nossas angústias cotidianas, retomando Bauman (2009), podemos

---

<sup>7</sup> Antidepressivo lançado na década de 80 ganhou o nome de pílula da felicidade.

concluir que é nos transformando em agentes de nossa própria vida, e criando nosso próprio ideal de felicidade, como artistas da vida que somos, é que vamos conseguir driblar esses mecanismos de amarras do consumo. Podemos viver a vida utilizando da sua própria exuberância criativa, ou seja, a felicidade não implica que temos que comprar desesperadamente, ou que precisemos ter um amor apaixonado sempre, pode ser uma coisa bem mais simples, e é obvio que não se pode ser feliz diante da tristeza do outro, a felicidade, nesse sentido, necessita de ética.

### **FELICIDADE LÍQUIDA?**

A felicidade é uma vibração intensa, uma vitalidade exuberante, mas não é um estado contínuo, são instantes, episódios em que se sente uma grande contemplação, um bem-estar. Sobre isso o filósofo André Comte-Sponville fala que:

A felicidade não é um absoluto é um processo, um movimento, um equilíbrio, só que instável (somos mais ou menos felizes), uma vitória, só que frágil, sempre a ser defendida, sempre a ser continuada ou recomeçada. (Comte-Sponville, 2005, P. 88)

No decorrer da história, os filósofos que se debruçaram a estudar o conceito de felicidade, assunto abordado no primeiro capítulo, sempre estabeleceram conceitos firmes e sólidos de felicidade a busca no prazer ou a busca da verdade absoluta ou a virtude, etc. Acontece que analisando a conceito de felicidade em Bauman (2009), visualizo uma nova maneira de se posicionar sobre a felicidade, acredito que no ensaio *A Arte da vida* (2009), mesmo sem apontar esse caminho, o autor nos dá uma brecha, nos aponta uma maneira líquida de lidar com a felicidade, e líquida no sentido de ser maleável, de ter fluidez. Ou seja, a felicidade em Bauman é mais uma possibilidade, e retomando o conceito de artistas da vida, posso concluir que, a felicidade pensada nesse sentido, não será de jeito nenhum o lucro com a vida, ou aquilo que eu ganhei, não será algo que vem pronto, mas sim o projeto que eu faço para a minha vida, a obra que eu realizo de mim mesmo.

Podemos criar utilizando do sentido intenso da vida, da própria exuberância criativa que é a vida, nesse sentido, podemos criar o modelo de felicidade que queremos, sendo ela

um modelo que, por ser líquida, se adequa as nossas vontades, se adequa aos nossos projetos de vida. Sendo assim, não podemos procurar um estado contínuo de euforia, muitas pessoas procuram a euforia no consumo, seja de produtos ou de medicamentos, mas a felicidade não é euforia. No contexto líquido (Bauman, 2001) em que vivemos, não podemos mais arraigar nossas expectativas nas coisas supérfluas, nem tampouco, procurar incessantemente um estado duradouro de felicidade. Acredito ser a diferente entre ser feliz e ser alegre a chave dessa nova felicidade. Aproveitar os momentos pequenos do dia aproveitar o café com a família, ou o convívio com um amigo querido, ser alegre é saber reconhecer momentos como esses.

Ser líquido não pode ser considerado uma coisa ruim, muito pelo contrário tendo em vista que é nessa liquidez que se abre possibilidades de novos contextos, a felicidade líquida, nos possibilita criar um contexto em que, para nós, ser feliz pode ser conviver com nossa família, filmar o pôr-do-sol, assistir ao nascimento de uma criança, e pode ser também, passear num shopping. Consumir não é o problema, o problema é consumir desenfreadamente e colocando nosso ideal de felicidade nesse consumo desenfreado. Vale salientar que para Bauman (2009), não há como fugir do consumo, mas há como fugir do consumo supérfluo, basta que atentemos para essa teia, chamada mercado. Sendo assim, a sociedade de consumo estimulou a aquisição de bens em prol de uma “igualdade” que nunca surgirá, visto que não há padronização de utilidade dos objetos, nem de resposta as necessidades individuais ou coletivas. Os bens essenciais pra felicidade humana não podem ser compradas, amor e amizade, por exemplo. Isso mostra que medir felicidade pelo grau de riqueza das sociedades não é possível. Para Baudrillard, a Sociedade de Consumo,

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 à visão ingênua 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, a rapidez da produção somada com a voraz exploração do trabalho, dificultou o acesso a bens materiais, o que gerou desde indivíduos atônitos e indiferentes 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).

Com isso, podemos concluir que a sociedade de consumo é o nome dado a nossa sociedade atual baseada no modelo consumista do capitalismo que tende a oferecer através de seus mercados a resposta imediata para muitos males e problemas, dentre os quais a eterna busca pela felicidade. Felicidade essa que não é mais subjetiva, ou filosófica, mas sim visível e materializada nos diversos objetos produzidos pelos processos de produção das fábricas, sendo também uma criação ideológica naturalizada pela publicidade. A nossa sociedade vende e cria ideais de felicidade. Sendo o Welfare State, sua maior tentativa de igualar os homens através de seu acesso a bens. Entretanto, responsável também pela própria infelicidade dos indivíduos, por fazer parte de dispositivos impossíveis de serem alcançados, causando a tristeza daqueles que não têm acesso a “felicidade” ofertada pelos mercados.

## CONCLUSÃO

A felicidade foi no decorrer dos tempos foi alvo de profundas análises e de supostos caminhos que levariam a humanidade a alcançá-la. Seja pelo prazer, seja pela virtude, pela razão, na religião, no consumo de bens, entre outros. O debate que se faz dela na atualidade, na chamada Modernidade líquida (Bauman, 2010), ou na Sociedade do Consumo (Baudrillard, 1996), é o seu engendramento no consumo de bens. Nesse trabalho, observamos que houve uma ressignificação dos conceitos sólidos que estavam presentes no século XX, liquidez é justamente o termo utilizado por Bauman para representar essa mudança do estado sólido para o líquido, ou seja, conceitos fixos e rígidos ganharam roupagem fluida e líquida. Nessa ruptura há uma reorganização da vida social que precisou se readaptar de uma realidade de vida segura para uma em condições incertas, ou seja, na modernidade havia ideologias fortes que davam estabilidade, já no mundo líquido essas certezas são desfeitas.

É nesse contexto incerto que o conceito de felicidade ganha novos arranjos, fruto de uma sociedade consumista, a felicidade que é disseminada é aquela fruto do consumo de mercadorias, objetos e até corpos (Saraiva 2002). Esse mundo líquido, onde todos os parâmetros foram reorganizados, não desmonta apenas as ideologias dominantes, mas a estrutura do próprio indivíduo, suas garantias, seus pontos firmes entram em ruína e faz com que esse indivíduo sofra para se reorganizar na medida em que a sociedade muda de forma. Essa agonia do indivíduo é um sintoma social, como diz Kehl (2009), pois aponta um mal-estar no século XXI.

A Arte da Vida (2009) faz uma reflexão sobre essa inserção do consumo no ideal de felicidade, desmonta essa realidade de ser feliz através do consumo e orienta os indivíduos a serem produtores de sua própria vida, os “artistas da vida”, segundo Bauman (2009), podem criar seus próprios modelos e ideais de felicidade, ressignificando o termo e fugindo dos tentáculos do consumo supérfluo, ou seja, não precisamos comprar os produtos vendidos com a máscara de felicidade para sermos felizes, podemos transformar nossos desejos em coisas próximas de nós. Fazendo um apontamento ele diz que estamos em pleno conflito de gerações, jovens e velhos vivendo no mundo líquido cada um com o

seu olhar sobre ele. Velhos querendo que os jovens construam planos de futuro e jovens hipotecando esse futuro para viver o hoje, em detrimento de uma realidade futura que pode não ser a mesma, visto que a sociedade se remonta com muita rapidez. Bauman aponta também para o constante individualismo do sujeito e diz: “Não é a situação do mundo, juntamente com seus habitantes, que tende a nos incomodar e a nos deixar preocupados, mas sim aquilo que é de fato um produto final da reciclagem de seus ultrajes [...] A paz de espírito do indivíduo interessado” (Bauman, 2009, p. 58).

A obra traz o conceito de “artistas da vida”, pois sendo a nossa identidade um fator construído, podemos ser artistas de nossa própria vida, podemos criar própria exuberância criativa que é a vida o modelo de felicidade que queremos, sendo ela um modelo que, por ser líquida, se adequa as nossas vontades, se adequa aos nossos projetos de vida. O consumo estimulou até a vinculação da felicidade no outro, ou seja, consumir os corpos tarefa obrigatória, sendo esse outro responsável por apaziguar nosso sentimento de solidão no mundo. Depositar as expectativas de felicidade no outro, é um erro recorrente, pois na pressa de encontrar esse agente de felicidade, acabamos por afogar qualquer possibilidade de convívio de aproximação com outras pessoas.

Portanto, para Bauman (2009), a felicidade na sociedade líquida moderna ganha nova roupagem, novos formatos, que não estão ligados ao consumo de mercadorias, mas sim, aos objetivos dos indivíduos, pois sendo artistas de nossa própria vida, podemos driblar as amarras do consumo e produzir novas realidades. Entendo assim, que a felicidade em Bauman ganha caráter líquido, e, portanto, podemos dizer que ele cria a felicidade líquida como uma porta de novas possibilidades, de novos modelos de felicidade, de novos caminhos, não tentando dar uma resposta ou um caminho fixo para a busca pela felicidade, mas sim, apontando para a liberdade de produzir nossos próprios arranjos do termo.

## REFERÊNCIAS

**ARISTÓTELES.** Ética a Nicômaco. Trad. Antônio de Castro Caeiro. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

**BAUDRILLARD, J.** A Sociedade do Consumo. São Paulo: Editora Edições 70, 1996.

**BAUMAN, Z.** A Arte da Vida. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2009.

\_\_\_\_\_. Amor Líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2004.

\_\_\_\_\_. Modernidade Líquida. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2010.

\_\_\_\_\_. Capitalismo parasitário: e outros temas contemporâneos. Rio de Janeiro: editora Zahar, 2010.

\_\_\_\_\_. Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Editora Zahar 2008.

**COMTE-SPONVILLE, A.** A felicidade, desesperadamente. São Paulo, Editora Martins Fontes, 2005.

**GRACIOSO, J.** Interioridade e filosofia do espírito nas *confissões* de Santo Agostinho, 131 Tese (Doutorado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2010.

**LIPOVETSKY, G.** A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo/Gilles Lipovetsky; Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras,

2007.

**MCMAHON**, D. M. Happiness: a history. New York: Groove Press, 2006.

**PLATÃO**. A República. Trad. Elza Moreira Marcelina. Brasília. Editora da UNB, 1977.

**RUSTIM**, M. What is wrong with happiness? Soundings, Verão. 2007. P. 67-84

**SARAIVA**, J. E. M. Prazer do consumo ou consumo do prazer? AIDS, consumismo e mal-estar contemporâneo. Rev. Mal-Estar Subj. v.2 n.1 Fortaleza . mar. 2002.

**SCHUMAKER**, J. F. *Search of Happiness. Understanding an endangered state of mind.* Londres: Praeger, 2007.

**WHITE**, N. Breve História da Felicidade. São Paulo: Edições Loyola, 2009.