

**UNIVERSIDADE CATÓLICA DO SALVADOR  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PLANEJAMENTO TERRITORIAL E  
DESENVOLVIMENTO SOCIAL**

MARIA OTILIA BROCHADO DOS SANTOS

**IMAGINÁRIOS DE FELICIDADE EM REDES SOCIAIS:  
UM OLHAR SOBRE AS COMUNIDADES ALTERNATIVAS DE CAMAPINA E  
PIRACANGA NA BAHIA**

**Salvador**

**2021**

MARIA OTILIA BROCHADO DOS SANTOS

**IMAGINÁRIOS DE FELICIDADE EM REDES SOCIAIS:  
UM OLHAR SOBRE AS COMUNIDADES ALTERNATIVAS DE CAMAPINA E  
PIRACANGA NA BAHIA**

Dissertação de Mestrado apresentada ao  
Programa de Pós-Graduação em Planejamento  
Territorial e Desenvolvimento Social da  
Universidade Católica do Salvador.

Orientadora: Profa. Dra. Liliâne Vasconcelos de  
Jesus

**Salvador**

**2021**

Ficha Catalográfica. UCSAL. Sistema de Bibliotecas

S237 Santos, Maria Otilia Brochado dos  
Imaginários de felicidade em redes sociais: um olhar sobre as  
comunidades alternativas de Campina e Piracanga na Bahia / Maria Otilia  
Brochado dos Santos. – Salvador, 2021.  
167 f.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Católica do Salvador.  
Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação. Mestrado em Planejamento  
Territorial e Desenvolvimento Social.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dra. Liliane Vasconcelos de Jesus.

1. Felicidade 2. Imaginário 3. .. Redes Sociais 4. Comunidades  
Alternativas 5. Bem Viver I. Jesus, Liliane Vasconcelos de - Orientadora  
II. Universidade Católica do Salvador. Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-  
Graduação III. Título.

CDU 316.334.55(813.8)

## TERMO DE APROVAÇÃO

**MARIA OTILIA BROCHADO DOS SANTOS**

IMAGINÁRIOS DE FELICIDADE EM REDES: UM OLHAR SOBRE AS  
COMUNIDADES ALTERNATIVAS NA BAHIA

Dissertação aprovada como requisito para obtenção do grau de  
Mestre em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Social.

Salvador, 19 de abril de 2021.

Banca Examinadora:



---

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Liliane Vasconcelos Jesus  
Universidade Católica de Salvador / UCSal (Orientadora)



---

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Liana Silvia de Videiros e Oliveira  
Universidade Católica de Salvador / UCSal (Examinador interno)



---

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Heliana Faria Mettig Rocha  
Universidade Federal da Bahia / UFBA (Examinadora externa)

## AGRADECIMENTOS

A vida é feita de grandes encontros, e os melhores projetos são realizados com apoio, presença e generosidade. É muito importante saber agradecer e reconhecer o quanto é essencial estar rodeado de fé e de pessoas que nos apoiam na construção de um projeto e na realização de um sonho.

Assim, agradeço a Deus, a Santa Dulce dos Pobres e a Yemanjá, meus sustentáculos de fé, por aplacarem a ansiedade que me rondou durante o desenvolvimento desta pesquisa, impulsionada no último ano pela pandemia da Covid-19 e todos os seus desdobramentos. Sem a minha fé no Sagrado eu não teria conseguido superar tantas limitações impostas e cumprir esta importante etapa da minha vida acadêmica.

Aos meus pais, Regina e Jaime, que sempre estiveram ao meu lado, apoiando os meus sonhos e afirmando que eu poderia realizar tudo que imaginasse. Aos meus irmãos, Jorge e Vitória, por estarem comigo na caminhada da vida e por me darem a certeza de que nunca estarei sozinha. Agradeço ainda a todos os meus familiares, meu porto seguro.

Ao meu companheiro, André, que nesses dois anos esteve ao meu lado, me apoiando, ouvindo a leitura que eu lhe fazia dos meus textos e me estimulando com palavras de incentivo, dizendo sempre que eu ia conseguir. Nos momentos mais pesados ele estendia a mão, me dava um colo e tudo parecia mais fácil.

À minha orientadora, Liliane Vasconcelos, que há dois anos decidiu me acompanhar e apoiar neste desafio, movida essencialmente por seu amor incondicional à docência. Estar sob sua orientação foi fundamental para que eu finalizasse este trabalho. Sua generosidade, sua capacidade de mostrar caminhos viáveis e seu cuidado com o texto foram muito preciosos para esta minha conquista.

Às professoras Heliana Metting e Liana Videiros, por estarem comigo na qualificação e na banca, sempre com uma leitura atenta e contribuições inestimáveis para a qualidade do trabalho.

A Rita Canário, pelo cuidado com a revisão do texto, pelas conversas que tivemos sobre o conteúdo e pelo carinho com que foi feito o trabalho. Isso fez toda a diferença.

À minha tia Rosa, exemplo de vivacidade e interesse pela vida, que durante os almoços em sua casa, antes das aulas do mestrado, sempre se mostrava interessada pelo meu tema e, assim, oferecia-me um tipo de estímulo muito especial na construção deste projeto.

A Patrícia Moraes, que em diversas conversas que tivemos na Coordenação da Unijorge me estimulou e mostrou o quanto o mestrado seria importante para mim. Os estímulos são molas propulsoras na busca dos objetivos.

A Edilson Raimundo, morador da ecovila Campina, por todo o apoio e informações que recebi. Sem ele teria sido muito mais complicado. A Raquel Taffari, da ecovila Piracanga, agradeço a atenção e o apoio. Obrigada às duas comunidades por me inspirarem tanto na escolha de um caminho tão interessante para esta dissertação.

Aos meus amigos, muito obrigada pelo apoio e por toda a vibração positiva, especialmente Pat, que com sua escuta atenta me mostrava que eu estava mais perto do que longe e que tudo daria certo.

À Universidade Católica, faculdade em que me graduei, cursei o mestrado e onde hoje sou professora, agradeço todo o apoio que recebi, inclusive a concessão da bolsa parcial que me ajudou a concretizar este sonho.

## RESUMO

O presente estudo aborda diferentes percepções do que seja felicidade e a criação dos seus imaginários na sociedade contemporânea, tendo como base de análise as comunidades alternativas de Campina e Piracanga, ambas no estado da Bahia. Esta pesquisa se propõe a identificar os principais motivos que levam à formação de comunidades assim, as relações estabelecidas com as redes sociais digitais e a criação do imaginário de felicidade produzido através das imagens postadas em suas redes. Como processo metodológico foram analisados imagens, textos e comentários do material postado nas redes sociais oficiais (Facebook e Instagram) das comunidades em estudo e, por meio dessa análise, inferiu-se que as simbologias presentes em seu conteúdo ajudam a criar imaginários de felicidade naqueles que já se identificam com a vida simples e o Bem Viver.

**Palavras-chave:** Felicidade. Imaginário. Redes Sociais. Comunidades Alternativas. Bem Viver.

## ABSTRACT

The present paper seeks to reflect on the various visions of happiness, the creation of its imaginaries in contemporary society, using as the basis of analysis of this study, the alternative communities of Campina and Piracanga in Bahia. The research seeks to identify the main reasons that lead to the formation of these communities, their relations with digital social networks, and the creation of the imaginary of happiness produced through images posted on these networks. As a methodological process, images, texts, and comments of materials posted on the official social networks (Facebook and Instagram) of the communities under study were analyzed. Through this analysis it is inferred that the symbology in these contents help to create happiness imaginaries in those who already have an identification with the simple life and the Living Well.

**Keywords:** Happiness. Imaginary. Social Networks. Alternative Communities. Living Well.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 –	Principais características de uma comunidade intencional	62
Figura 1 –	Mapa de representação geográfica das comunidades pesquisadas	64
Figura 2 –	Mapa de representação das ecovilas	67
Quadro 2 –	Comunidades pertencentes à Chapada Diamantina	67
Quadro 3 –	Comunidades pertencentes a Itacaré	67
Quadro 4 –	Comunidades pertencentes a Simões Filho	68
Quadro 5 –	Comunidades pertencentes a Camaçari	69
Quadro 6 –	Pontos importantes nas relações sociais em uma ecovila	74
Figura 3 –	Entrada da Eco Vila Tipuana em Campinas – São Paulo	77
Figura 4 –	Site de vendas da Eco Vila Caminho de Abrolhos em Nova Viçosa, Bahia	78
Figura 5 –	Casa amarela onde fica o herbário e a fabricação de produtos naturais	86
Figura 6 –	Produtos naturais que são fabricados na comunidade e vendidos para geração de renda	86
Figura 7 –	Cozinha comunitária	87
Figura 8 –	Horta com as técnicas de permacultura	87
Quadro 7 –	Valores praticados para hospedagem na comunidade	88
Figura 9 –	Casa Verde onde fica a biblioteca comunitária e o alojamento	88
Figura 10 –	Alojamento para os visitantes	89
Figura 11 –	Imagem aérea do terreno da Ecovila Piracanga	90
Figura 12 –	Imagem de satélite do terreno em 2001 e depois em 2015	91
Figura 13 –	Imagem da acomodação do tipo cabana na beira do rio	94
Figura 14 –	Imagem da acomodação suíte eco single	94
Figura 15 –	Rede social preferida	115
Figura 16 –	Plataformas mais utilizadas (Desktop ou Mobile)	116
Figura 17 –	Posts	119
Figura 18 –	Posts da revista <i>Vida Simples</i>	119
Figura 19 –	Posts	121
Figura 20 –	Print do perfil oficial do Instagram oficial da comunidade	122

Figura 21 –	<i>Print</i> do perfil inicial do Facebook Oficial da comunidade	123
Figura 22 –	<i>Print</i> do site oficial da comunidade	124
Figura 23 –	<i>Print</i> da página principal do Instagram da Ecovila de Piracanga	124
Figura 24 –	<i>Print</i> da página principal do Facebook com a Ecovila de Piracanga	124
Figura 25 –	<i>Print</i> da página principal do site da Ecovila de Piracanga	125
Figura 26 –	Postagem 1 – <i>Print</i> do Instagram Ecovila de Piracanga	128
Figura 27 –	Prints dos comentários referentes à figura 26 Instagram Ecovila de Piracanga	130
Figura 28 –	Postagem 2. <i>Print</i> do Facebook Ecovila de Piracanga	131
Figura 29 –	<i>Print</i> dos comentários da figura 28 Facebook Ecovila de Piracanga	132
Figura 30 –	Postagem 3 – <i>Print</i> do Instagram da Comunidade Campina	132
Figura 31 –	<i>Print</i> dos comentários da figura 43 Instagram da Comunidade Campina	133
Figura 32 –	Postagem 4 – <i>Print</i> do Instagram Ecovila de Piracanga	134
Figura 33 –	<i>Print</i> dos comentários da figura 32 I Instagram Ecovila de Piracanga	136
Figura 34 –	Postagem 5 – Instagram Comunidade Campina	137
Figura 35 –	Postagem 6 – <i>Print</i> Facebook Comunidade Campina	139
Figura 36 –	<i>Print</i> dos comentários da figura 48	140
Figura 37 –	Postagem 7 – <i>Print</i> do Facebook de Campina	141
Figura 38 –	<i>Prints</i> dos comentários da figura 50 no Facebook da Comunidade Campina	142
Figura 39 –	Postagem 8 – <i>Print</i> Instagram da Comunidade Campina	143
Figura 40 –	<i>Prints</i> dos comentários da figura 52 do Instagram da Ecovila de Piracanga	145
Figura 41 –	Postagem 9 – <i>Print</i> do Facebook Ecovila Piracanga	145
Figura 42 –	Postagem 10 – <i>Print</i> do Instagram Ecovila Piracanga	147
Figura 43 –	<i>Print</i> dos comentários Postagem 10 – Instagram Ecovila de Piracanga	148
Figura 44 –	Postagem 11 – <i>Print</i> do Instagram Campina	149
Figura 45 –	<i>Print</i> dos comentários Postagem 11 – Instagram Campina	150

Figura 46 –	Postagem 12 – Facebook Ecovila Piracanga	152
Figura 47 –	Postagem 13 – Instagram da Comunidade Campina	153
Figura 48 –	<i>Print</i> dos comentários da imagem 13 – Instagram da Comunidade Campina	154
Figura 49 –	Postagem 14 – Instagram Campina	155
Figura 50 –	<i>Print</i> dos comentários da Postagem 14 – Instagram da Campina	155

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	11
<b>2</b>	<b>IMAGINÁRIOS DE FELICIDADE: VÁRIOS CAMINHOS, UMA ROTA DE CHEGADA</b>	17
2.1	CIDADE CONTEMPORÂNEA: CONSUMO E PADRÕES DE FELICIDADE	32
2.2	QUALIDADE DE VIDA, BEM-ESTAR E BEM VIVER: NUANCES DE FELICIDADE	55
<b>3</b>	<b>COMUNIDADES ALTERNATIVAS: MODO DE SER, MODO DE AGIR</b>	60
3.1	O RETORNO AO MUNDO RURAL: O IDEAL DE FELICIDADE	78
3.2	AS COMUNIDADES ALTERNATIVAS NA BAHIA: PECULIARIDADES	83
<b>3.2.1</b>	<b>Comunidade Campina</b>	83
<b>3.2.2</b>	<b>Ecovila de Piracanga</b>	90
<b>4</b>	<b>MEIOS DE COMUNICAÇÃO E A CONSTRUÇÃO DE IMAGINÁRIOS</b>	101
4.1	COMUNIDADES ALTERNATIVAS EM REDES: IMAGENS DE FELICIDADE	111
4.2	CAMPINA E PIRACANGA: SENTIDOS DE FELICIDADE EM REDE	125
<b>4.2.1</b>	<b>Valorização da natureza: um olhar sobre a felicidade?</b>	128
<b>4.2.2</b>	<b>Cursos e vivências: uma busca pela felicidade?</b>	138
<b>4.2.3</b>	<b>Um dia a dia simples, retratos de felicidade?</b>	147
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	158
	<b>REFERÊNCIAS</b>	161

## 1 INTRODUÇÃO

Na sociedade contemporânea, assistimos ao domínio das tecnologias da informação — que impulsionam o mundo produtivo — em todos os setores e níveis, promovendo os processos de globalização que marcam a sociedade capitalista, competitiva, na qual as relações humanas são cada vez mais superficiais, o que, em contrapartida, tem implicado a elaboração de novas maneiras de estar no mundo e propiciado o surgimento das chamadas comunidades alternativas ou ecovilas.

Tais questões suscitam a necessidade de uma pesquisa cujo foco seja o surgimento dessas novas comunidades, no intuito de compreender seus modos de sociabilidade, suas relações com os meios de comunicação e suas configurações como verdadeiros modelos de comunidades sustentáveis.

O fato de ter trabalhado mais de dezessete anos com publicidade e redes sociais, criando campanhas publicitárias que fomentavam o consumo, me fez refletir sobre as consequências do consumo desenfreado na vida do indivíduo e como isso impacta na sensação de felicidade. Passei, então, a olhar por outra perspectiva e me deparei com as comunidades alternativas, formadas por pessoas com estilo de vida completamente diferente daquele que meu ofício estimulava. Senti a vontade de entender um pouco mais sobre as formas de viver em comunidades, sobre pessoas que decidem sair da cidade e viver de modo diferente, experimentando uma vida mais simples, baseada no Bem Viver e seus ideais de felicidade.

Este estudo tem como objetivo principal analisar a criação do imaginário de felicidade na contemporaneidade produzido pelas redes sociais, mais especificamente as redes sociais digitais das comunidades alternativas Campina e Piracanga, localizadas no Vale do Capão e em Itacaré respectivamente, identificando como estas propagam o ideal de felicidade e bem viver.

O presente estudo visa caracterizar a felicidade na sociedade contemporânea, com suas diversas nuances, identificando os principais motivos que levam à formação de comunidades alternativas, fazendo uma análise da relação dessas comunidades com as redes sociais e a criação do imaginário de felicidade, através dos estudos das imagens como textos,

postadas nas redes sociais oficiais de Campina e Piracanga. Esta proposta de estudo pretende desenvolver uma aproximação entre as etapas da pesquisa, em seus aspectos metodológicos, e os fundamentos teóricos pertinentes à sua realização. Desse modo, busca oferecer consistência e destaque à temática escolhida, em conformidade com as bases teóricas.

Nesse contexto, este trabalho é relevante por ampliar a discussão sobre as comunidades alternativas em redes, e embora já existam algumas discussões que permeiam as ecovilas, ainda se faz necessário entender as relações dessas comunidades com o imaginário de felicidade e seu impacto nas redes sociais. Assim, o que se pretende aqui é desenvolver um estudo que aprofunde as relações sociais construídas pelas ecovilas no estado da Bahia e a sua relação — ativa — com as redes sociais.

Trata-se de um estudo situado no campo das pesquisas qualitativas, baseado na discussão teórico-crítica propiciada pela aproximação dos conceitos de felicidade, imaginário, neorrural, meios de comunicação e consumismo, dos estudos sobre as comunidades alternativas e cidades sensíveis. Neste sentido, o presente trabalho tem caráter multidisciplinar e natureza qualitativa. Para efetivá-lo, foram estudados conceitos importantes, como o de *imaginário*, trazido por Cornelius Castoriadis em *A Instituição Imaginária da Sociedade*:

Tudo que se nos apresenta no mundo social-histórico está indissolivelmente entrelaçado com o simbólico. Não que se esgote nele. Os atos reais, individuais ou coletivos — o trabalho, o consumo, a guerra, o amor, a natalidade —, os inumeráveis produtos materiais sem os quais nenhuma sociedade poderia viver um só momento, não são (nem sempre, não diretamente) símbolos. Mas uns e outros são impossíveis fora de uma rede simbólica (CASTORIADIS, 1982, p. 142).

O entendimento sobre comunidades alternativas e ecovilas, embasado por Giuliana Capello, traz uma visão técnica e também prática, por morar em uma dessas comunidades, abordando uma visão realista sobre o funcionamento de uma ecovila:

Comunidades sustentáveis são a realização desse novo ideal e brotaram aos milhares desde que, na segunda metade do século XX, as grandes cidades começaram a dar sinais da grande crise que hoje se mostra por inteiro. Comunidades antigas que se ressignificam,

comunidades novas que brotam em áreas rurais, comunidades que surgem até mesmo nos espaços das grandes cidades. A maioria não subsiste por muito tempo, mas o sonho vai adiante, atravessa gerações, entra no novo século, atualiza-se na progressão das mudanças ambientais, diversifica-se na globalização cultural, intensifica-se no agravamento dos problemas sociais, renova-se na turbulência econômica. Enfim, a crise não enfraquece [...] (CAPELLO, 2013, p. 25).

A escolha pela pesquisa bibliográfica tem por objetivo reunir as informações e os dados que servirão de base para a construção da investigação, traçando um histórico do objeto em estudo. Como suporte à pesquisa bibliográfica, lança-se mão da pesquisa documental, com a utilização de fontes primárias, fazendo uso de vídeos, sites, redes sociais, revistas e jornais, a fim de embasar o estudo por meio da análise de imagens.

É importante salientar que no momento da produção desta dissertação o mundo passa pela pandemia da Covid-19<sup>1</sup> e que isso impossibilitou as visitas presenciais, assim como entrevistas e análises *in loco*. Boa parte do tempo, as comunidades em estudo ficaram fechadas para visitas e, por isso, o contato com os coordenadores dos locais pesquisados só foi possível através de e-mails, telefones e redes sociais.

Diversos aspectos, na contemporaneidade, sejam eles sociais, econômicos, políticos, ambientais ou, principalmente, tecnológicos, vêm contribuindo para as transformações das relações humanas, que cada vez mais se fragilizam diante de uma sociedade referendada no consumismo, na velocidade da informação, na quebra dos espaços físicos oriundos de um mundo globalizado.

[...] para a pós-modernidade, a ordem social implicou a superação de uma dinâmica de oposição de classes pela criação de uma nova estrutura de castas: de um lado, os incluídos; do outro, os excluídos de todos os tipos. Todas essas transformações favoreceram a permanência, hoje, de uma sociedade com grandes desequilíbrios sociais, dividida e assustada pela violência urbana oriunda também das diferenças de classe (DUPAS, 2003, p. 92).

---

<sup>1</sup> Coronavírus é uma família de vírus que causa infecções respiratórias. O novo agente do coronavírus (nCoV-2019) foi descoberto em 31/12/19, após casos registrados na China (OMS).

No Brasil e na Bahia, a partir de março de 2020, foi decretado o isolamento social como medida para impedir aglomerações e contato social, tão comuns antes da pandemia. (Jornal *A Tarde*)

Neste contexto de desigualdades sociais, aceleração do dia a dia, consumismo em excesso e exposição na mídia formata-se o estudo do primeiro capítulo, que aborda as facetas da felicidade permeada pelos acontecimentos da contemporaneidade. Porém, é fundamental ressaltar que o capítulo inicia com uma revisão de literatura que aborda a visão de diversos autores sobre o histórico da felicidade em vários momentos, sinalizando a importância deste estudo em todas as suas fases e destacando as suas diferenças de abordagem.

A felicidade, no momento atual, caminha na diversidade de meios para a busca e posse de bens temporais e passageiros, caracterizando o homem pelo consumismo, materialismo, imediatismo, hedonismo, utilitarismo, egoísmo; e artificialidade. Isso culmina por fundamentar uma crise de identidade do homem consigo mesmo e com o mundo. Tal diferenciação reflete um desconhecimento do que seja felicidade, causando uma busca desenfreada por ela na sociedade atual.

A felicidade, para alguns sujeitos, pode estar em viver fora do ambiente urbano, aglomerados conforme suas afinidades, em busca de proteção e segurança, e então surgem novos espaços territoriais com mecanismos sociais específicos, como, por exemplo, as comunidades alternativas.

A partir de Capello (2013), comunidades alternativas ou ecovilas são espaços que possuem como características básicas: o uso de tecnologias alternativas, tais como energia eólica, energia solar e agricultura orgânica, propostas econômicas inovadoras, experiências de democracia direta, com tomadas de decisões de forma inclusiva, onde o grupo decide, em conjunto, suas ações.

Nesse contexto, muitas pessoas abandonam o seu modo de vida e buscam novas formas de se relacionar com elas mesmas, com as outras pessoas e com o espaço ao seu redor. Assim, rompem com o estilo de vida tradicional e partem para um modo de vida alternativo, resgatando uma economia colaborativa e compartilhada, uma nova forma de educar, de se alimentar e lidar com o meio ambiente.

O segundo capítulo deste estudo apresenta os principais conceitos de comunidades alternativas, comunidades intencionais ou ecovilas, abordando

um pouco da história de sua formação, calcados em autores que estudam esse agrupamento de pessoas. Neste capítulo são abordadas as principais características, os projetos e os regulamentos das comunidades alternativas em estudo: Campina e Piracanga.

Fisicamente, os moradores estão afastados da vida urbana, mas virtualmente existe uma conexão entre eles e a cidade. A força dos meios de comunicação, especialmente a das redes sociais, liga tais comunidades a tudo aquilo que elas refutam.

Diante desse dilema, o terceiro capítulo do presente trabalho traz um estudo sobre os meios de comunicação, contextos e modos, indicando seu poder no comportamento do sujeito contemporâneo. Esta análise é feita com o suporte da Escola de Frankfurt, os Estudos Culturais e os conceitos de mediação de José Martín-Barbero:

Eu, desde o começo, por intuição, me opus à visão hegemônica, norte-americana, de estudar os efeitos dos meios. Eu não negava a importância dos meios, mas dizia que era impossível entender a importância, a influência nas pessoas, se não estudássemos como as pessoas se relacionavam com os meios. O que eu comecei a chamar de mediações eram aqueles espaços, aquelas formas de comunicação que estavam entre a pessoa que ouvia o rádio e o que era dito no rádio. [...] Mediação significava que entre estímulo e resposta há um espesso espaço de crenças, costumes, sonhos, medos, tudo o que configura a cultura cotidiana (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 154).

De maneira complementar, foi estudado o poder das redes sociais, suas implicações na formatação do comportamento e dos pensamentos do homem na contemporaneidade e principalmente na concepção do imaginário de felicidade. Neste capítulo foi adotada a metodologia para análise de imagens, textos e comentários sendo considerado a interpretação de sete postagens da comunidade Campina e sete postagens da comunidade Piracanga, extraídas do Facebook e do Instagram de cada uma, respectivamente. Complementando a análise, as imagens foram separadas por seções, sendo estas: imagens que valorizam a natureza, imagens que divulgam os cursos e as vivências oferecidas pelas comunidades e, por fim, as imagens que descrevem o dia a dia dessas comunidades.

É importante entender que o sentimento de felicidade é um processo construído e fomentado por mecanismos que, contemporaneamente, têm como um dos agentes as redes sociais. É necessário entender como neste conglomerado digital, formado por pessoas que falam, repostam e publicam, algumas delas podem até se encontrar em uma pequena comunidade, buscando o bem viver, longe da cidade, mas de alguma forma exercem forte influência na construção do sentimento de estar feliz.

Este estudo é um convite à reflexão sobre o significado pessoal e coletivo de felicidade, suas facetas, a possibilidade de se buscar e, muitas vezes, encontrar novas condições de vida em comunidade, de construir novos olhares e imaginários de felicidade.

## 2 IMAGINÁRIO DE FELICIDADE: VÁRIOS CAMINHOS, UMA ROTA DE CHEGADA

Tristeza não tem fim. Felicidade, sim. A felicidade é como a pluma que o vento vai levando pelo ar. Voa tão leve, mas tem a vida breve... (JOBIM, Antônio Carlos; MORAES, Vinicius de, 1959)

Experienciar a felicidade parece ser um desejo comum a todos os seres humanos, em todas as épocas, cabendo a cada indivíduo decidir a forma e os caminhos mais prováveis para alcançá-la. A tônica da felicidade é tão importante que em 2011 a ONU, em uma resolução, apontou o direito à felicidade como fundamental, devendo nortear o Estado Democrático de Direito, tendo como meta primordial a preservação da dignidade humana.

A felicidade é uma condição absolutamente abstrata: impossível de se ver e de se tocar. Um substantivo feminino que tenta nomear um estado de plenitude, provavelmente o mais desejado e falado sentimento do sujeito contemporâneo: “Quero ser feliz”. “A felicidade é algo tão importante para mim”. “Meu desejo é que eles sejam felizes para sempre”. “O que importa mesmo, no final de tudo, é ser feliz”.

O *Dicionário Aurélio* (2010) define felicidade como “substantivo feminino; sensação real de satisfação plena; estado de contentamento, de satisfação. Condição da pessoa feliz, satisfeita, alegre, contente. Estado de quem tem boa sorte”. Uma definição, portanto, que apresenta a felicidade como o mais elevado grau de satisfação humana. Mas será mesmo possível chegar a esse estágio e nele se manter?

Em estudos da psicanálise, o ser humano é caracterizado pela sensação de falta, um ser em constante busca, e é isto que faz com que a sociedade se desenvolva. Se assim não fosse, a sociedade seria estanque, estaria estagnada em algum ponto de sua história, afinal, o pódio imaginário já teria sido conquistado. De acordo com Freud (2010, p. 130), em *O mal-estar na civilização*, “O que se chama felicidade no sentido mais estrito resulta da satisfação bastante súbita de necessidades fortemente postas em êxtase e, por sua natureza, é possível somente como um fenômeno episódico”.

Na Idade Média, período caracterizado pelos feudos, trabalho dos camponeses e economia baseada em sistemas de troca, a felicidade estava

atrelada à religião, à salvação da alma. O homem não tinha o controle sobre o estado de felicidade. Ser feliz estava condicionado à vontade de Deus e à abdição dos bens materiais, que traziam consigo o sentimento de cobiça, e quanto mais cobiça, menos felicidade. Em suma: a verdadeira felicidade estava em Deus.

Nesse momento da civilização, a religião se encontrava no centro de tudo, até o Estado era dominado pela Igreja. E se a política era reflexo da Igreja, as produções intelectuais também não fugiam à regra, uma vez que traziam impregnado em suas publicações o teocentrismo.

Por certo, um homem não se considerará muito infeliz se vier a perder sua boa reputação, riquezas consideráveis ou bens corporais de toda espécie? Mas não o julgarás, antes, muito mais infeliz, caso tendo em abundância todos esses bens, venha ele a se apegar demasiadamente a tudo isso, coisas essas que podem ser perdidas bem facilmente e que não são conquistadas quando se quer? (AGOSTINHO, 1995, p. 57).

Santo Agostinho afirma que felicidade é estar junto de Deus, e que até se pode chegar perto dessa felicidade, mas o verdadeiro estado de felicidade só ocorreria em outra vida, quando a pessoa fizesse a passagem do plano terrestre para o plano espiritual. Tal conceito de felicidade atrelava-se ao interesse da classe dominante da época, já que era muito interessante manter as pessoas presas ao sentimento de devoção a Deus, pessoas que obedeciam cegamente à Igreja e não questionavam o que lhes era dito. O medo amordaça e paralisa. Naquele momento da civilização, a felicidade não era uma questão de escolha pessoal, era Deus quem determinava.

O filósofo Joel Gracioso resume bem o conceito de felicidade segundo Santo Agostinho:

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 deseja) não for um 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 a Deus. (GRACIOSO, 2010, p. 35).

Na transição da Idade Média para a Idade Moderna, a partir do século XVI, um recorte que se faz importante para esta pesquisa: é possível

perceber o franco declínio do poder da Igreja, o desenvolvimento social, o crescimento urbano, o desenvolvimento científico e a expansão marítima. Os muros dos feudos são “derrubados”, dando início à fase intitulada Renascimento, que aponta o distanciamento e a negação das trevas da Idade Média.

Em um recorte temporal do século XVIII, surge um movimento denominado Iluminismo, marcante na Idade Moderna. Um grupo de pensadores que estudava a forma de lidar com o mundo e o homem em sociedade defendia a renovação das práticas políticas e religiosas vigentes em toda a Europa, trazendo à tona questões de cunho filosófico e que tinham como principal abordagem as condições humanas e o seu estado de amadurecimento intelectual.

O Iluminismo caracterizou-se por uma série de obras filosóficas com outra percepção de felicidade. Nelas, afirmavam-se que todos tinham direito a esse sentimento, que poderia mesmo ser conquistado. O pensamento baseava-se na razão, indo de encontro aos pensamentos dogmáticos da Igreja, e reafirmava a liberdade e o direito de o homem ser feliz. Segundo A. Arruda (1979, p. 31):

Os homens que viveram durante o Renascimento tiveram consciência de que sua época era bem diferente da Idade Média. Consideravam a cultura medieval muito inferior à da Antiguidade e opunham uma à outra, como se não houvesse continuidade entre elas. Julgavam viver um período de luzes depois das ‘trevas’ medievais.

O homem passa a ser o centro das atenções, as produções intelectuais e artísticas assumem um protagonismo significativo e a religiosidade é deixada de lado, abrindo, assim, as portas para o racionalismo. O homem está no centro de tudo e não mais Deus. O homem assume a vanguarda, com a possibilidade de ter as rédeas de sua vida nas próprias mãos. Como salienta Eduardo Giannetti (2002, p. 31) em *Felicidade: diálogos sobre o bem-estar da civilização*,

A meteorologia usa o barômetro para medir a pressão da atmosfera e prever as mudanças do clima. Se a história das idéias possuísse um instrumento análogo, capaz de fazer leituras barométricas dos climas de opinião em determinados períodos e de registrar as variações de expectativa em relação ao futuro em diferentes épocas, então haveria

pouca margem para dúvida de que o século XVIII deslocaria o ponteiro da confiança no progresso e no aumento da felicidade humana ao longo do tempo até o ponto mais extremo de que se tem notícia nos anais da história intelectual.

Para os iluministas, uma característica da sociedade é a harmonia estabelecida entre a evolução da civilização e o aumento da felicidade. A evolução percebida nesse período é atestada por conquistas como ampliação do saber científico, domínio da tecnologia, aumento da riqueza material, racionalidade acima de religiosidade. Afirma Eduardo Giannetti, em *Felicidade: diálogos sobre o bem-estar da civilização*:

Se o homem é produto do ambiente em que ele se forma e se o ambiente tende a se tornar cumulativamente melhor pela ação dos próprios homens, nada mais natural do que supor que, à medida que o mundo ao seu redor progride, também os homens ampliarão a sua competência como produtores de bens materiais e a sua capacidade de moldar a sua conduta de acordo com os princípios (GIANNETTI, 2002, p. 34).

É importante salientar que a felicidade no mundo moderno surge em meio às reformas religiosas, uma transição entre o medo de não estar agindo de acordo com o todo-poderoso Deus e de um novo pensamento libertador, que projeta o homem ao papel de protagonista de sua vida. Este ponto é crucial para sedimentar a base do pensamento contemporâneo. Reafirmando o que foi dito por meio das palavras de José Jobson Arruda: (1968, p. 160), “a felicidade é um contínuo progresso do desejo, de um objeto para outro, não sendo a obtenção do primeiro outra coisa senão o caminho para conseguir o segundo”.

A citação acima é bastante atual e apresenta uma clareza sobre a busca da felicidade na sociedade contemporânea, uma ação pautada na eterna sensação de falta, que faz o homem estar em constante busca por algo que lhe parece carecer demais. De acordo com o filósofo Jeremy Bentham, é muito difícil mensurar a felicidade dos homens, tampouco equalizar esse sentimento. Estes sentem e percebem o estado de felicidade de forma diferente.

Ao analisar o conceito de contemporaneidade através dos olhos do filósofo Giorgio Agamben (2009), percebe-se que ser contemporâneo não é estar preso à vida atual, agindo conforme os tempos atuais, mas também não é estar preso ao passado. O homem atual deve ser fluido, deve saber ter uma

relação positiva com o seu tempo, mas deve também saber se distanciar e tentar enxergar criticamente os dramas da sociedade em que vive.

A contemporaneidade, portanto, é uma singular relação com o próprio tempo, que adere a este e, ao mesmo tempo, dele toma distâncias; mais precisamente, essa é a relação com o tempo que a este adere através de uma dissociação e um anacronismo. Aqueles que coincidem muito plenamente com a época, que em todos os aspectos a esta aderem perfeitamente, não são contemporâneos porque, exatamente por isso, não conseguem vê-la, não podem manter fixo o olhar sobre ela (AGAMBEN, 2009, p. 59).

Ser contemporâneo, na visão de Agamben, parece algo envolvido em uma ambiguidade muito grande. Em sua obra ele usa duas metáforas para ilustrar este conceito: as luzes das galáxias e a moda. Ao utilizar o exemplo metafísico o autor afirma que ser contemporâneo é ter a percepção de que não adianta olhar apenas para o passado ou fixar numa luz futura, que nunca se alcança. O contemporâneo está no meio-termo, assim como a moda sempre tem algo que está por vir.

Outro ponto importante a ser salientado é que existe um movimento no processo de ser contemporâneo. Não se trata apenas de olhar para o futuro; trata-se de estar aberto para revisitar o passado, assim como a moda o faz. Ser contemporâneo, antes de tudo, é saber se relacionar com o tempo atual e com o tempo que não é o seu cronologicamente.

A moda insere um intervalo entre o não mais e o ainda não. No entanto, a moda é inapreensível, não conseguimos alcançá-la nunca, pois ela não está presente nem no desenho do estilista, nem nas agulhas do alfaiate, nem no desfile da manequim, nem na roupa que circula pela cidade. Ou está presente em tudo: antes de tudo, o agora da moda, o instante em que esta vem a ser, não é identificável através de nenhum outro cronômetro (AGAMBEN, 2009, p. 66).

O tema felicidade é discutido desde os tempos mais remotos. O ser humano tem dentro de si a necessidade básica do bem-estar, de se sentir realizado de alguma forma, e a definição de felicidade sempre esteve em voga nas reflexões políticas, filosóficas e religiosas. Se voltarmos à Idade Antiga, Aristóteles já buscava entendê-la e conceituá-la: “A felicidade é um princípio; é para alcançá-la que realizamos todos os outros atos; ela é exatamente o gênio de nossas motivações”. Aristóteles reconhece que para se obter a felicidade

são necessários elementos básicos, como: boa saúde, liberdade e uma situação econômica estável.

A felicidade no mundo contemporâneo se configura de diversas formas, mas com apenas um ponto convergente – a busca da felicidade nos tempos atuais é solitária e individual. Não depende mais da sorte, dos deuses, muito menos de aguardar a morte chegar e ser feliz no ‘paraíso’. A urgência de ser feliz se dá aqui e agora.

A relação entre o consumo e a expectativa de felicidade no mundo contemporâneo é algo claro, a felicidade é alvo de competição entre as pessoas, que querem sempre estar em um patamar de superioridade. O que se quer é a família mais feliz, o emprego almejado, a casa dos sonhos, numa corrida sem um fim específico, mas com o objetivo de se sentir melhor que o outro. Constata-se isso em *Arte da vida*, de Bauman (2009, p. 17):

Um dos efeitos mais seminais de se igualar a felicidade à compra de mercadorias que se espera que gerem felicidade é afastar a probabilidade de a busca da felicidade um dia chegar ao fim. [...] Na pista da felicidade não existe linha de chegada.

Os desejos que se tem ao longo da vida – o homem ou a mulher perfeita, o carro do ano e a casa de campo, por exemplo, formatam um “combo felicidade” que, ao ser alcançado, passa a não ter mais tanta relevância, logo surgindo um novo alvo a ser conquistado. Um círculo sem fim de desejos, conquistas, mais desejos e mais conquistas. Será essa uma vida interessante?

Sob a ótica do psicanalista Cotargo Calligaris (2019) uma vida interessante não significa possuir bem materiais ou realizar algumas metas dentro de um certo padrão para se obter a felicidade. Uma vida interessante deve ser composta de sofrer, recuperar-se, relacionar-se com as pessoas, amar, sofrer por amor, apaixonar-se de novo, mudar de carreira aos 40 anos, mudar de cidade e estilo de vida, ou seja, é viver a vida como ela é, cheia de problemas, sofrimentos, mas de beleza também.

A vida interessante passa longe dos contos de fadas, mas faz o indivíduo ter história para contar. Desta forma, ao contrário do que se pensa, a felicidade não está restrita à juventude. As pessoas mais velhas, aliás,

costumam viver melhor, pois a maturidade desfruta com mais atenção e apreço as pequenas coisas da vida.

A felicidade deve ser sentida no pulsar da vida. A busca por uma felicidade calcada na transcendência, no daqui a um tempo, quando conseguir executar tal coisa, quando Deus quiser proporcionar, ou na espera do momento certo para alcançar o estado de Bem-Estar já dá sinais de uma certa mediocridade. Cotargo Calligaris, em sua passagem no Fronteiras do Pensamento, no ano de 2019, em São Paulo, ao abordar o tema “Sentidos da Vida”, afirmou que:

Ter a felicidade como propósito, do tipo "o que eu quero na vida é ser feliz", é a garantia de que você vai ter uma vida medíocre. Por uma razão simples. Dito com uma linguagem um pouco elevada, uma vida interessante é uma vida na imanência, não na transcendência (CALLIGARIS, 2019, p. 52).

No livro *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade* (2010), João Freire apresenta um conceito muito interessante sobre a característica da felicidade nos tempos atuais: “a era da felicidade compulsiva e compulsória”.

Ao revisitar os estudos feitos pelo filósofo contemporâneo Cornelius Castoriadis, pode-se perceber que o que difere o homem dos outros animais é a imaginação criadora, que auxilia na formação do imaginário social, que por sua vez é a capacidade de criar o coletivo anônimo, a linguagem, os costumes e a instituição. Castoriadis (1982, p. 159) define instituição como "uma rede simbólica, socialmente sancionada, onde se combinam, em proporções e em relações variáveis, um componente funcional e um componente imaginário". Os imaginários sociais e os individuais criam, mantêm e justificam uma certa ordem social; em contraposição, podem trazer à tona questionamentos sobre essa ordem, já que os imaginários possuem diferentes tons e exercem enorme influência por meio de seus símbolos e suas construções mentais. Segundo Cornelius Castoriadis, em *A Instituição Imaginária da Sociedade*:

Tudo que se nos apresenta no mundo social-histórico está indissolavelmente entrelaçado com o simbólico. Não que se esgote nele. Os atos reais, individuais ou coletivos — o trabalho, o consumo, a guerra, o amor, a natalidade —, os inumeráveis produtos materiais sem os quais nenhuma sociedade poderia viver um só momento, não

são (nem sempre, não diretamente) símbolos. Mas uns e outros são impossíveis fora de uma rede simbólica (CASTORIADIS, 1982, p. 142).

Por meio do imaginário se constrói uma rede de símbolos e significados que vão organizando uma sociedade, as crenças vão surgindo e os padrões e conceitos vão sendo implantados. A sociedade é uma construção humana que não existe na natureza, a atuação individual e a sociedade se condicionam pela influência que um exerce sobre o outro. Os homens criaram a sociedade em sua mente como forma de orientação e sentido, vínculos e respostas para quem somos, de onde viemos e para onde vamos. E por que não há respostas para o que é ser feliz?

Os conceitos de felicidade podem ser entendidos pelo viés da composição de imaginários que formatam e configuram este sentimento. O signo da felicidade compõe o seu sentido nas relações que existem na sociedade, arraigado em um processo cultural que constitui o imaginário e ao mesmo tempo produz novos imaginários e sentimentos.

A urgência pela busca da felicidade vem calcada em uma difusão de modelos, formatos e intenções organizados em discursos que instauram um imaginário coletivo, transformando a felicidade em algo mais complexo do que apenas acreditar que se é feliz, fazendo da felicidade um signo que revela uma ação transformadora de sujeitos, tornando-se “produtos” refletidos no imaginário social.

O imaginário da felicidade age contra a infelicidade, que é em grande parte nociva ao sistema produtivo. Ser infeliz não é interessante para as pessoas e nem para a sociedade, e disto surge um pensamento comum, onde todo mundo pode ser feliz, e não somente pelas conquistas de capital, mas principalmente pela superação dos problemas, pela aceitação da vida. Independentemente das mazelas que se tenha, a felicidade pode chegar.

A felicidade torna-se um valor moral, uma forma de vida, uma escolha, e assim os especialistas “vendem” este imaginário utilizando-se da real necessidade de o sujeito conquistar Bem-Estar e tranquilidade. Pessoas felizes vivem melhor, consomem mais, aceitam problemas, seguem em frente e focam na reta de chegada, no podium imaginário de ser plenamente feliz. Na visão de Mikhail Bakhtin (2003), a felicidade é um signo ideológico, pois na

intenção entre sujeitos o sentido absorve valor determinado no processo histórico e cultural.

O sujeito, no seu caminhar da vida, através das interações cotidianas, dos processos de comunicação, consome os ideais de felicidade, e estes estão por toda a parte, permeando o dia a dia das pessoas, formando pensamentos que atingem em cheio a forma como este sujeito vai agir na vida, quais rumos serão tomados e, principalmente, qual nuance esta felicidade terá.

[...] a ideologia é sistema sempre atual de representação de sociedade e de mundo construído a partir das referências constituídas nas interações e nas trocas simbólicas desenvolvidas por determinados grupos sociais organizados. É então que se poderá falar do modo de pensar e de ser de um determinado indivíduo, ou de determinado grupo social organizado, de sua linha ideológica, pois que ele vai apresentar um núcleo central relativamente sólido e durável de sua orientação social, resultado de interações sociais ininterruptas, em que a todo momento se destrói e se reconstrói os significados do mundo e dos sujeitos. Se poderá então dizer: o Mundo sempre Novo, que se dá na ressurreição plena de todos os sentidos (MIOTELLO *apud* BRAIT, 2005, p. 176).

É importante salientar nesta discussão sógnica que existe uma multiplicidade de sentidos para a felicidade, sempre atrelados ao imaginário social e chancelados pelas interações. O signo felicidade sempre é determinado pelas formas da interação social e tem seu conteúdo também determinado por este meio (BAKHTIN, 2003, p. 44-45).

O imaginário atua em diversas frentes: na comunicação, na política, no cinema, na arte, nos dogmas sociais, na cultura e nas contradições que determinam o modo de vida das pessoas. O imaginário é revelador das respostas fundamentais nas relações dos homens, pois:

Vida e atividade das sociedades são precisamente a posição, a definição [...]; o trabalho dos homens (no sentido mais restrito e no sentido mais amplo) indica por todos os lados, nos seus objetos, nos seus fins, nas suas modalidades, nos seus instrumentos, uma maneira cada vez específica de captar o mundo, de definir-se como necessidade, de se estabelecer em relação aos outros seres humanos. Sem tudo isso (e não somente porque pressupõe a representação mental prévia dos resultados, como diz Marx), ele não se distinguiria efetivamente da atividade das abelhas, à qual poderíamos acrescentar uma “representação prévia do resultado” sem que nada mudasse. O homem é um animal inconscientemente filosófico, que fez a si mesmo as perguntas da filosofia nos fatos, muito tempo antes de que a filosofia existisse como reflexão explícita;

e é um animal poético, que forneceu no imaginário respostas a essas perguntas (CASTORIADIS, 1991, p. 178).

A sociedade acontece ancorada na multiplicidade e pluralidade das relações sociais. Pensando em felicidade, em uma sociedade capitalista já existem alguns padrões que determinam este imaginário, pois a felicidade é objeto de desejo de todos e atualmente tem se projetado ainda mais, sustentada pelos diversos vieses de imaginário que a compõem.

A felicidade virou parte de uma sociabilidade. Para as pessoas mais abastadas não é suficiente exibir um carro de luxo e uma mansão, é necessário ser bem-sucedido também no amor; os famosos não são apenas ricos e bonitos, eles precisam ser felizes. Assim vão se construindo os papéis a serem encenados no caminho da felicidade.

Entende-se que a concretização da felicidade perpassa muitas experiências, tais como: ter uma profissão, sentir-se seguro, ter uma boa convivência com o lugar e as pessoas (relações interpessoais). O sujeito, aonde quer que vá, necessita construir uma teia de significados (internos e externos) que lhe permita apropriar-se do espaço construído.

Uma linguagem abstrata de sinais e símbolos é privativa da espécie humana. Com ela os seres humanos construíram mundos mentais para se relacionarem entre si e com a realidade externa. [...] Todas essas realizações podem ser vistas como casulos que os seres humanos teceram para se sentirem confortáveis na natureza. [...] As necessidades humanas, as exigências emocionais e as aspirações, em geral, não são racionais [...]. Crer no que se deseja e desilusão permeiam todos os nossos ideais políticos e ambientais; integram todos os conceitos e planos que são suficientemente complexos, e geram força emocional, suficiente para exigir ação. O cérebro racional é a força principal à disposição do homem para traduzir os seus anseios em algo semelhante à realidade. (TUAN, 1980, p. 15-16)

Em um outro viés, Zygmunt Bauman (2009) afirma que mais da metade dos bens fundamentais para se obter a felicidade não tem preço de mercado e não pode ser comprada em loja. O amor, a amizade, os prazeres com a família e uma vida com mais simplicidade não são pontos atrelados ao consumo e suas atividades.

[...] a satisfação que vem de cuidar dos entes queridos ou de ajudar um vizinho em dificuldade, a auto-estima proveniente do trabalho bem

feito, a satisfação do “instinto 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. Além disso, ganhar bastante dinheiro para adquirir esses bens que só podem ser obtidos em lojas é um ônus pesado sobre o tempo e a energia disponíveis para obter e usufruir bens não comerciais e não negociáveis como os que citados acima. Pode facilmente ocorrer, e freqüentemente ocorre, de as perdas excederem os ganhos e de a capacidade da renda ampliada para gerar felicidade ser superada pela infelicidade causada pela redução do acesso aos bens que “o dinheiro não pode comprar” (BAUMAN, 2009, p. 12).

A construção do imaginário de felicidade está tecida por diversas vertentes. Para a maioria das pessoas, a felicidade é construída com base na realização material, na construção de uma vida que segue padrões impostos pela sociedade: ter uma profissão, casar, ter filhos, uma bela casa e o reconhecimento social. Por outro lado, há os que comungam de um imaginário onde a felicidade é compreendida de maneira mais simples, sem *glamour* e fora das grandes cidades, em comunidades intencionais, onde o propósito de ser feliz foge dos símbolos impostos pela sociedade de consumo.

Ao decidir romper com os padrões ditos normais para a sociedade, o indivíduo passa a enxergar uma outra forma de vida, repleta de significados mais abstratos, calcados em filosofias e propósitos.

Um ponto-chave dessa dualidade vivida pelos homens ao sentir a felicidade pode ser observado na sua relação com a cidade, a urbanidade e suas implicações. Um dos grandes projetos da modernidade é a urbanização, a expansão das cidades que surgem a partir da industrialização, sendo caracterizada pela transição das aldeias rurais para os conglomerados urbanos.

Em um recorte histórico do Brasil do final do século XX, percebe-se um crescimento acelerado das cidades, principalmente a partir de 1930, com o advento da industrialização e o êxodo rural provocado especialmente pela mecanização e conseqüente perda de postos de trabalhos. A maioria das médias e grandes cidades brasileiras teve o seu crescimento concentrado entre as décadas de 1950 e 1980, o que resultou na convergência de 80% da população para as áreas urbanas.

Com o surgimento das grandes cidades, surgem também problemas de ordem social, como fome, desemprego, violência e desigualdade. Uma

cidade real, com suas mazelas e problemáticas, fruto do poder dominante sobre uma maioria dominada. Os donos dos meios de produção se encastelam e podem viver uma cidade com mais garantias e qualidade, diferentemente da maioria das pessoas, que passa a viver em bairros operários e cortiços. Lefebvre, em *A revolução urbana* (2002), apresenta uma análise consistente sobre a forma como o urbano é construído e solidificado, calcado em uma grande desigualdade, conforme exemplificado na seguinte passagem:

Isso quer dizer que o urbano como forma e realidade nada tem de harmonioso. Ele também reúne os conflitos. Sem excluir os de classes. Mais do que isso, ele só pode ser concebido como oposição à segregação que produz uma desagregação da vida mental e social. Para evitar as contradições, para alcançar a harmonia pretendida, um certo urbanismo prefere a desagregação do laço social. O urbano se apresenta, ao contrário, como lugar dos enfrentamentos e confrontações, unidade das contradições (LEFEVBRE, 2002, p. 23).

Essa cidade referida por LEFEVBRE é um local pintado com tintas cinza, sem tantos espaços para a felicidade; uma cidade de grandes tensões e desigualdades, fruto de um capitalismo já presente nas relações de trabalho.

A cidade está carregada de processos culturais e imaginários, conforme afirma Garcia Canclín (1994). Livros, cinema, rádio, televisão e internet são responsáveis por mediar a construção simbólica das cidades, criar narrativas sobre o cotidiano e os acontecimentos que ocorrem nas cidades.

As cidades podem ser compreendidas como espaços de dualidades entre o que realmente são e o que se idealiza sobre elas. “Ao reconhecer essa tensão, os estudos da urbis não se atêm apenas às explicações demográficas e socioeconômicas, mas também às representações culturais que manifestam a heterogeneidade e a complexidade do social. Desse modo, além das informações, dos dados estatísticos populacionais e geográficos, a cidade se estabelece pela necessidade de elaborar narrativas a partir de seus imaginários urbanos.

A visão global exclusiva da cidade como um todo se perdeu diante das imagens descontínuas que constroem a urbe atual. A periferia, os bairros de classe média e alta se transformaram em núcleos descentrados e novas urbanidades dentro da própria cidade, assim foram construídos. A cidade, por conseguinte, se apresenta como um mosaico de imagens sobrepostas que são incapazes de serem

enumeradas diante de um conjunto infinito de possibilidades, como num videoclipe. (VASCONCELOS, 2016, p. 25).

A cidade é construída pelo concreto dos prédios, das casas pelas avenidas e pela sensação de estar na cidade. A relação simbiótica entre cidade e sujeito compõe o entendimento de vivenciar e experienciar as suas possibilidades, criadas pelos contrastes, pelas dificuldades, por encontros, desencontros, felicidade e infelicidade.

Em busca de uma outra visão da cidade, é possível observar o historiador italiano Giulio Carlo Argan, que a percebe com suas mazelas e problemas, denominada por ele de “cidade real”, mas que também abre um espaço para uma cidade construída pelas pessoas e suas ações. A cidade é representada por valores morais, econômicos, religiosos, históricos e políticos de uma comunidade que está em constante transformação.

A idéia de cidade ideal está profundamente arraigada em todos os períodos históricos, sendo inerente ao caráter sacro anexo à instituição e corifirmado pela contraposição recorrente entre cidade metafísica ou celeste e cidade terrena ou humana (ARGAN, 1969, p. 73).

Ao apresentar o conceito de cidade ideal, o autor não refuta — e muito menos nega — os problemas da cidade real; ele mostra que essas cidades são simbióticas, vão acontecendo concomitantemente. O cidadão vai construindo espaços na cidade que lhe permitem sentir a felicidade, através de manifestações artísticas, como a música, pintura, literatura.

Complementando esta visão ideal da cidade, há os equipamentos e serviços oferecidos, como praças, parques, praias, cafés, enfim, espaços de convivência que trazem consigo um arejamento, a possibilidade de sentir-se feliz por estar na cidade.

Considerada essencial na trajetória da vida, a felicidade passa a ser o pódio de chegada dos que tentam de tudo para conquistá-la, mas o que torna interessante este estudo é que o conceito de felicidade difere entre as pessoas. O que é felicidade para uns, pode ser um enorme tédio para outros. E é assim que a colcha de retalhos do que se imagina ser felicidade vai sendo montada, com diferentes cores e texturas.

As diferentes formas de sentir felicidade podem ser vistas na relação do sujeito contemporâneo com os movimentos da cidade. É importante afirmar que a cidade é construída pelos cidadãos, é formada pelas relações das pessoas, como estas se enxergam e como, enxergam o que há ao seu redor.

É na relação com a cidade que se vai construindo a vida e, conseqüentemente, a sensação de bem-estar. Há diversas formas de sentir felicidade, desde contemplar um parque, podendo respirar um ar mais fresco em plena cidade grande, reunir os amigos em um bar simples, jogar conversa fora, ler um livro, tomar um café ou apenas andar até a padaria e observar a cidade simplesmente acontecendo. Observa-se este pulsar vivo da cidade em Brandão, *Um homem livre, uma cidade feliz*:

Só reunindo-nos nas cidades podemos compensar a fragilidade de nossa condição original, trocar experiências, habilidades, saberes, serviços e ideias, suprir nossas carências e cultivar nossas possibilidades e potencialidades, como a de falar numa conferência na qual outros podem nos ouvir, escrever um livro ou produzir um quadro que os outros apreciam, explorar nossas competências de engenheiro e nossas habilidades técnicas, gerenciais ou, até mesmo, psicológicas e afetivas. A Galeria do Ouvidor e o Mercado Central em Belo Horizonte, por exemplo, com sua miríade de profissões que vão desde relojoeiro, entalhador, restaurador de cadeiras de palhinha, açougueiro, vendedor de cereais, manicure, cabeleireiro, consertador de brinquedos e costureiras, oferecem-nos um leque de possibilidades para construir nossos caminhos, nossa vida e nossas profissões. Neles, encontramos a diversidade da vida, de saberes e de sabores (BRANDÃO, 2013, p. 39).

A felicidade é diversa e pode ser sentida também quando se decide encastelar-se em um grande condomínio e ter a certeza — melhor, a quase certeza — de que sentir-se seguro e próximo dos que comungam das mesmas crenças é estar bem. Percebe -se uma cidade com ares feudais, com grandes muros, que trazem consigo a segurança e, por vezes, a sensação de autossuficiência. Para muitos, estar com os seus semelhantes e usufruindo de bens materiais já é o suficiente para ser feliz, conforme Brandão, em *Um homem livre, uma cidade feliz*:

Creio estarmos numa época de refeudalização *soft*, com predomínio das ideias de afastamento da cidade em vez de inclusão nela, e é preciso que saibamos se é isto mesmo o que queremos ou não, se é esta a nossa decisão ou não. Essa refeudalização, que nos conduz a uma espécie de barbárie cultural e tecnológica, assenta-se numa concepção antropológica bem diversa daquela albertiana: a de que o

indivíduo é autossuficiente, tem uma identidade que não passa por sua interação com os outros (ao contrário, o diverso parece dever ser anulado) e é capaz de ser feliz sozinho a partir do gozo e da mercadoria que ele adquire (BRANDÃO, 2013, p. 45).

A felicidade é construída nos mais diversos ambientes. Nas grandes cidades ou em zonas rurais, existem percepções e desejos distintos, mas toda a névoa é embalada por diferentes imaginários de felicidade. Para alguns, um grande arranha-céu de luxo; para outros, uma casa simples. A felicidade torna-se relativa, fluida e destoadada, e é exatamente essa diversidade que é trazida à tona pelos meios de comunicação e que a todo tempo apresenta e fomenta esses ideais distintos do que é ser feliz.

Revistas, jornais, rádios, televisões, cinema e internet constroem um discurso onde os atores interpretam pessoas felizes, mostram a importância de estar bem, criando arquétipos e estereótipos. A mídia, ao lado de outros instrumentos sociais, cria modelos de vida, comportamentos, consumo e sentimento, auxiliando a disseminação do senso comum, ideias e imaginários de felicidade. É importante salientar que os meios de comunicação auxiliam na formação de padrões, mas o sujeito se implica nesta relação e, por conta da sua própria formação pessoal, pode ou não acatar o que é divulgado pela mídia. De acordo com Douglas Kellner (2011, p. 11),

No entanto o público pode resistir aos significados e mensagens dominantes, criar a sua própria leitura e seu próprio modo de apropriar-se da cultura de massa, usando a sua cultura como recurso para fortalecer-se e inventar significados, identidade e forma de vida próprias. Além disso a própria mídia dá recursos que os indivíduos podem acatar ou rejeitar na formação de sua identidade em oposição aos modelos dominantes. Assim a cultura veiculada pela mídia induz os indivíduos a conformar-se à organização vigente, da sociedade, mas também lhes oferece recursos que podem fortalecê-lo na oposição a essa mesma sociedade.

No passado, a ideia de felicidade na mídia era unificada, já que se tratava o público como massa uniforme, porém, atualmente, com as segmentações de mercado, percebe-se que há uma grande diferença entre as percepções de felicidade pelos sujeitos e, por isso, o público passa a ser tratado de forma diferenciada. Cada pessoa se sente feliz de uma forma, os sentimentos de felicidade ou sua ausência derivam de esperanças e

expectativas, assim como de hábitos aprendidos, e tudo isso tende a diferir de um ambiente social para outro”. A construção de uma ideia sobre a felicidade sempre existiu, mesmo muito antes das mídias. A diferença é a criação do mito envolto nisso. Os meios de comunicação nos bombardeiam com a temática da busca pela felicidade, criando imaginários e apresentando símbolos, seja nas propagandas, novelas e/ou redes sociais.

Tais estratégias comprovam que os meios de comunicação, ao lado do discurso publicitário, transformam a cultura material em simbologias particulares com a intenção de despertar o interesse do consumidor, provocar seu desejo e, finalmente, induzi-lo à ação. Neste sentido, as imagens publicitárias contemporâneas sustentam um campo próprio de significações, em que os produtos nos comunicam esteticamente sobre seus atributos imaginários, em estratégias de sedução.

A felicidade legitimada pelos meios de comunicação, que ditam as regras e reprogramam o homem com publicidades que visam convencê-lo do que seja, “estar bem”, apresentando tal condição como primordial para que se consiga experimentar a felicidade. Slogans de marcas famosas, como Coca Cola, apresentam, por exemplo, o conceito de “abra a felicidade”, demonstrando o quanto é possível e acessível ter a posse de um sentimento, no caso em referência, a felicidade.

## 2.1 CIDADE CONTEMPORÂNEA: CONSUMO E PADRÕES DE FELICIDADE

Na contemporaneidade, pode-se perceber a construção do estado de felicidade calcada em bens materiais, na realização de determinados papéis sociais, pelo consumo de determinadas marcas ou produtos, tudo respaldado pela mídia.

Os meios de comunicação encharcam as pessoas de informações e ditam a forma de viver. Você se sentirá mais feliz, caso compre um carro, mas depois do carro sua felicidade chegará ao comprar um apartamento, e com o passar do tempo aquele apartamento já não será suficiente para manter o seu grau de satisfação, então, um outro apartamento se fará necessário para manter o seu ‘estado de felicidade’ no nível adequado. Pode-se afirmar que se

vive a era do hiperconsumo. Segundo Lipovetsky, em *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*:

O consumo ordena-se cada dia um pouco mais em função de fins, de gostos e de critérios individuais. Anuncia-se a chegada do hiperconsumo orquestrada por uma lógica mais subjetiva e emocional. O consumo 'para si' suplantou o consumo 'para o outro', dessa forma, pavonear-se não seria mais o motivo primordial para a obtenção de bens, mas outros motivos sensoriais e estéticos de satisfação emocional e corporal – consumo emocional. O termo hiperconsumo, já mencionado, traduz esse novo momento em que os dispêndios já não significam mais enfrentamentos simbólicos entre grupos e o valor distrativo prevalece sobre o valor honorífico (LIPOVETSKY, 2007, p. 43).

A publicidade é uma ferramenta que estimula o consumo, cria desejos e propõe estilo de vida, fomentando a ideia de ter o objeto desejado, formatando uma sociedade em que o ter sobrepõe o ser e na qual a felicidade vem embalada para presente. As campanhas, em sua grande maioria, apelam para a emoção, envolvendo o público e fazendo-o pensar o quanto a vida seria melhor com aquele objeto publicizado. Segundo Kotler (1998, p. 5), “[...] qualquer coisa capaz de satisfazer uma necessidade pode ser chamada de produto. Neste sentido, utiliza-se o termo produto como sendo aquilo que é oferecido para satisfazer o desejo do consumidor”.

De acordo com Sant’anna (2005), a publicidade moderna substituíra o velho jargão “O segredo é a alma do negócio” pelo conceito “A propaganda é a alma do negócio” e, finalmente, pela temática mais real: “Propaganda vende, educa e estimula o progresso”.

A sedução da publicidade é o grande “gatilho” para o comportamento contemporâneo do consumismo desenfreado, onde as campanhas são veiculadas nos meios de comunicação com o objetivo de atrair e capturar o público-alvo – pobre público-alvo enredado em belas histórias e grandes promessas –, que acredita que aquele produto será a solução para algum dos seus males. Segundo Carrascoza (2004, p. 72), “o texto publicitário constitui o tecido que reveste a alma da marca e pode permitir, por meio de elementos de persuasão, que ela seja percebida como algo positivo para o público”.

As promessas feitas pela publicidade apresentam ao consumidor a vaga esperança de se sentir melhor por um determinado tempo. Mas logo

depois essa sensação já não terá mais o mesmo efeito. As campanhas publicitárias prometem mais do mesmo. O produto X é vendido com a promessa da satisfação dos seus desejos, e por um tempo isso estará resolvido, mas passam-se alguns meses e o produto Y, também vendido com base na mesma promessa, transforma-se no alvo perfeito para aplacar a suposta necessidade de se sentir bem. Ainda segundo Lipovetsky (2006, p. 160),

Uma firma que não cria regularmente novos modelos perde em força de penetração no mercado e enfraquece sua marca de qualidade numa sociedade em que a opinião espontânea dos consumidores é a de que, por natureza, o novo é superior ao antigo.

O consumismo é um dos instrumentos que alimentam a sociedade contemporânea, e a felicidade para muitos está atrelada ao jogo insano de gastar dinheiro, na maioria das vezes, comprando coisas de que não se precisa, apenas para impressionar pessoas que não se importam com você e nem são tão importantes assim na sua vida. Desse modo, a felicidade tem um prazo bastante curto: dura pouco e, muitas vezes, só até o lançamento do produto Z.

Esse padrão de comportamento é uma das características mais marcantes da sociedade líquida, na qual nada é feito para durar muito, nem mesmo o estado de felicidade. As relações são extremamente frágeis e passageiras. As pessoas trabalham muito, ganham dinheiro e gastam-no em seguida, num ciclo vicioso que retroalimenta a sociedade de consumo.

A fluidez da vida contemporânea, com suas fragilidades e fragmentações, deixa-a incapaz de manter a mesma identidade por um longo espaço de tempo. As relações interpessoais são temporárias e extremamente frágeis, características da modernidade líquida.

Para Bauman (2007), houve uma ruptura entre os conceitos da modernidade sólida, em que a sociedade era de consumidores e produtores, um consumo para a sobrevivência, formada por instituições sólidas, durabilidade das coisas e imobilidade geográfica e trabalhista, passando para uma modernidade líquida, em que a sociedade é apenas de consumo, as

instituições são fluidas, caracterizadas pela mobilidade geográfica, flexibilidade trabalhista, fragilidade das coisas e a obsolescência programada.

Chegou a vez da liquefação dos padrões de dependência e interação. Eles são agora maleáveis a um ponto que as gerações passadas não experimentaram e nem poderiam imaginar; mas, como todos os fluidos, eles não mantêm a forma por muito tempo. Dar-lhes forma é mais fácil que mantê-los nela. Os sólidos são moldados para sempre. Manter os fluidos em uma forma requer muita atenção, vigilância constante e esforço perpétuo, e mesmo assim o sucesso do esforço é tudo menos inevitável (BAUMAN, 2007, p. 14).

Na modernidade líquida, os consumidores são expostos continuamente a tentações, mantêm-se excitados e também em estado de perpétua insatisfação, dado que construir é um dever, quase uma compulsão, deixando a vida e a sensação de felicidade atreladas aos ter. É importante salientar que este “possuir” pode ser visto como uma contradição, uma vez que o consumismo contemporâneo não busca a satisfação das necessidades sólidas e finitas, mas se volta para desejos voláteis, fluidos, efêmeros e infinitos, e assim Bauman atesta:

Para abrir caminho na mata densa, escura, espalhada e desregulamentada da competitividade global e chegar à ribalta da atenção pública, os bens, serviços e sinais devem despertar desejo e, para isso, devem seduzir os possíveis consumidores e afastar seus competidores. Mas, assim que o conseguirem, devem abrir espaço rapidamente para outros desejos, do contrário a caça global de lucros e mais lucros (rebatizada de crescimento econômico) irá parar (BAUMAN, 2007, p. 86).

Na sociedade de consumo, o modo de ser do sujeito é formatado por uma subjetividade com duplo papel. De um lado, a sociedade apresenta uma relação calcada em diversos signos, valores e significados que vão traçando os modos de ser, pensar, agir e perceber o mundo, muitas vezes transformando o próprio homem em mercadoria. Do outro lado, ao consumir, também estamos fadados a criar conexões e afinidades, ou seja, em todo ato de consumo recriam-se modos de ser, de significar, de valorar, conforme Guattari:

Pensam por nós, organizam por nós a produção e a vida social. Além disso, consideram que tudo o que tem a ver com coisas extraordinárias – como o fato de falar e viver, o fato de ter que envelhecer, de ter que morrer – não deve perturbar nossa harmonia no local de trabalho e nos postos de controle social que ocupamos, a

começar pelo controle social que exercemos sobre nós mesmos (GUATTARI, 1995, p. 50).

Atualmente, nada é feito para durar. Das relações sociais e amorosas às relações de trabalho, tudo é efêmero e se transforma, como o líquido vai tomando a forma possível naquele momento e logo depois modifica-se de novo. São tempos em que a estabilidade é rara. As relações afetivas são rápidas e frias, tempos onde é possível se escolher um parceiro, como se escolhe um lanche. Tempos do “Tinder<sup>2</sup>”, da falta de tolerância com quem não comunga das mesmas opiniões e dos mesmos pensamentos. Tempos de juntar pessoas em pequenas bolhas com semelhantes no pensar e no agir.

A felicidade episódica é um ponto delicado na contemporaneidade. O ser atual é tomado por um mal-estar contínuo, fruto das incertezas que o cercam. A felicidade duradoura não existe agora e nunca existiu no passado, já que a vida é um conjunto de dores salpicado por algum toque de momentos felizes. O homem busca a sensação de Bem-Estar o tempo todo, mas não consegue aprisioná-la; a sensação escorre entre seus dedos, sob a forma de angústias próprias do viver contemporâneo.

Na mesma obra, ao ser questionado sobre o que deseja da vida o homem afirma: felicidade. Para Freud, a felicidade está na obtenção do prazer e na diminuição do desprazer, porém, o sentido comum desse estado se caracteriza pela obtenção de prazeres. Em sua obra, outro pensamento marcado é o que se apresenta como a impossibilidade de uma vida plena, sem nenhum sofrimento. O estado de felicidade existe porque o homem também experiencia o oposto, denominado dor. Só se entende o que é felicidade porque se conhece o sofrimento.

Em *Felicidade – Modo de usar* (2019), Luiz Felipe Pondé traz em suas colocações uma felicidade com tons passageiro e fugaz, que se esvai rapidamente, sendo necessária a reposição com certa frequência. Uma busca incessante por essa sensação.

---

<sup>2</sup> Aplicativo multiplataforma de localização de pessoas para serviços de relacionamentos *on-line*.

Naturalmente, no decorrer da longa carreira que eu tive dando aula, tendo muito prazer naquilo que fazia, cada conquista como publicar um livro, obter o doutorado ou entrar na Unicamp, trazia um momento perfeito de satisfação que, claro depois de a advertência budista gerava novos desejos. Lentamente também fui percebendo que nem tudo que eu atingia, era suficiente para me deixar plenamente feliz (PONDÉ, 2019, p. 53).

O homem só consegue visualizar a felicidade porque em diversos momentos ele sofre com a sua falta, e esse sentimento, por não ser contínuo, torna-se objeto de desejo do homem contemporâneo. A felicidade plena não pode ser experienciada por ninguém; aquele que se diz eternamente feliz está fora de si, pois a vida é permeada de momentos felizes, que devem ser aproveitados, e de problemas e angústias que perseguem o homem em toda a sua existência.

Vive-se em um mundo de conflitos, onde o respeito mútuo, muitas vezes, é deixado de lado. O medo toma conta das grandes cidades, ninguém confia em ninguém e o sobressalto é a tônica da vida nas grandes metrópoles. O homem contemporâneo se reclusa, prefere viver com os seus semelhantes, rechaçando o que lhe parece diferente. Para Heitor Frúgoli Jr. (2007, p. 34),

[...] os processos de segregação estabelecem distâncias morais que fazem da cidade um mosaico de pequenos mundos que se tocam, mas não se interpenetram. Isso possibilita que indivíduos passem rápida e facilmente de um meio para outro, e encoraja o experimento fascinantemente, mas perigoso de viver ao mesmo tempo em vários e diferentes mundos contíguos, mas amplamente separados.

A sociedade contemporânea tem como ponto focal o consumo e a satisfação imediata das suas pseudonecessidades, sob a justificativa de busca da felicidade, mesmo que esta seja superficial. Assim como as relações são construídas superficialmente na vida contemporânea, também a efemeridade é uma característica-chave, pois este é um tempo de desconstruções de valores, no qual derrubam-se verdades e ídolos de quinze minutos de fama são alçados ao estrelato. Vive-se a era dos excessos e da urgência implacável, ambos causadores de um mal-estar social que é estimulado pelo ritmo frenético de vida.

De acordo com Bauman, na contemporaneidade, é possível observar um momento profundamente escasso de certezas, proteção,

segurança, e a sensação de medo é parte integrante da vida humana. Assim, “tendo assolado o mundo dos humanos, o medo se torna capaz de se impulsionar e se intensificar por si mesmo” (BAUMAN, 2008, p. 172).

A sensação de mal-estar presente no homem contemporâneo é algo que se refuta. A sociedade impõe a necessidade de se estar bem, a qualquer custo. Segundo o sociólogo chileno Christian Ferrer, o ser humano terá que inventar alguma maneira de aplacar o seu mal-estar.

A instabilidade dos estados de felicidade tornou-se um sinal característico da época, além de uma preocupação espiritual e de um esforço psíquico de adequação a normas do bom comportamento. Isto é, a busca e a administração da felicidade se transformaram em tarefas cotidianas e angustiantes, resolvidas, em alguns momentos, por meio da obtenção de objetos e mercadorias ou através da aquisição das tecnologias do conforto (FERRER, 2010, p. 166).

Para muitos, a felicidade é conquistada com a obtenção de bens materiais. Segundo Leandro Karnal, em *Felicidade — Modo de usar* (2019), diversos estudos demonstram que uma pessoa não ter nem o necessário para comer interfere no seu grau de felicidade. Ora, você ver o seu filho passar fome e não poder solucionar a situação traz, sim, indiscutivelmente, enorme angústia. Em contrapartida, vencido o patamar das necessidades básicas, o fato de se ter R\$ 10 mil ou R\$ 15 mil não influi no grau de felicidade, uma vez que esta não cresce proporcionalmente ao aumento do valor em dinheiro que se recebe, ou seja, a felicidade não está diretamente relacionada a quanto dinheiro se tem.

Mas o que é realmente ser feliz? Desde sempre, o homem persegue esse estado de ânimo como uma meta quase obsessiva, tornando a perspectiva dessa conquista a aspiração mais autêntica de toda sua existência.

Em *A arte da vida* (2009), Bauman questiona essa distorção e faz uma crítica à utilização do Produto Interno Bruto (PIB) para avaliar o desenvolvimento dos países, já que ele só mede a quantidade de bens e serviços produzidos por cada nação, desconsiderando o quanto esses seres humanos envolvidos na produção para elevação do PIB deixam de aproveitar o seu tempo com a família e os amigos, por exemplo.

Ganhar bastante dinheiro para adquirir bens que só podem ser obtidos em lojas é um ônus pesado sobre o tempo e a energia disponíveis para obter e usufruir bens não comerciais e não negociáveis, como o amor e a amizade (BAUMAN, 2009, p. 12).

Desde 2012, fundamentada em uma pesquisa aplicada em mais de 150 países, a ONU formula o Relatório Mundial da Felicidade, que tem como base a sensação de Bem-Estar dos cidadãos em relação às suas vidas. No relatório, alguns pontos são considerados os índices mais importantes quando se trata de felicidade: A intenção dessa pesquisa é revisitar os parâmetros de medição e entender mais profundamente a real sensação de Bem Viver dos homens na contemporaneidade.

São analisadas seis variáveis, dentre as quais, o PIB, que isoladamente não consegue retratar a verdadeira face da felicidade ao redor do mundo e no Brasil, deixando claro que medir renda per capita e indicadores econômicos não é suficiente para perceber o Bem-Estar nas populações.

Além do PIB, são pesquisados a expectativa de vida, o suporte social, a liberdade de fazer escolhas, a generosidade e a percepção da corrupção. Observa-se que boa parte das variáveis pesquisadas são bastante subjetivas, o que reforça a ideia de que ser feliz não está atrelado aos bens palpáveis, aos bens tangíveis. Acumular bens não garante a felicidade. A bem da verdade, muitas vezes, o ato de acumular riquezas acarreta o afastamento do que realmente importa, como o amor, a amizade, os momentos em família.

No mundo atual, tem-se a percepção errônea de que os objetos trazem consigo o bem-estar. Em *Felicidade: modo de usar* (2019), Luiz Felipe Pondé faz a seguinte observação:

Eu já escrevi várias vezes: tenho um medo de que o mundo contemporâneo, inclusive por conta do capitalismo, porque o capitalismo precisa de pessoas felizes, precise de pessoas que acreditem nas coisas. A pior coisa que pode existir é um empresário deprimido. Deprimidos vão ser filósofos, historiadores, poetas. Empresário não pode ser deprimido. Então o capitalismo empurra você para ser feliz ou pelo menos para projetar a ideia de felicidade, mas me parece que um dos grandes riscos que ele está a ponto de produzir no mundo contemporâneo é o risco de a gente simplesmente capitular da condição amadurecida, capitular do contato com aquilo a que o Nelson Rodrigues se referia, e simplesmente abraçar a ideia de que de fato é possível se produzir uma felicidade que não seja atormentada continuamente pelo fracasso dela (PONDÉ, 2019, p. 77).

Como lembram Tom Jobim e Vinicius de Moraes, a felicidade tem uma vida breve, ela vem e vai com uma fluidez natural da sua condição. No Brasil, vive-se um estado de queda da sensação de bem-estar, fato que pode ser observado no Relatório Mundial da Felicidade de 2019, que aponta que o Brasil desceu algumas casas no *ranking* da felicidade mundial.

O Brasil caiu 16 posições no ranking global da felicidade entre 2015 e 2019, de acordo com o Relatório Mundial da Felicidade, elaborado pela empresa de pesquisas Gallup em parceria com a ONU. No ranking, divulgado nesta quarta-feira (20), o país ocupa a 32.<sup>a</sup> posição de 156 nações. A "nota" atribuída ao Brasil pelo ranking é de 6.300, a menor média do país desde 2014, quando o país tinha 6.849 pontos. (BRASIL cai dezesseis posições..., 2019).

A vida dos brasileiros, principalmente daqueles que vivem em grandes cidades, é bastante complexa, pois é composta de muitos elementos que desencadeiam estresse generalizado, a exemplo das horas absorvidas no trânsito, no percurso de casa até o trabalho, e após chegar ao trabalho, doses de metas, competições e individualismo, caracterizando a atmosfera corporativa à qual grande parte dos profissionais está submetida.

Viver nas grandes cidades brasileiras é conviver com o individualismo que protagoniza as relações sociais. As pessoas pouco se preocupam umas com as outras, vivem voltadas para si mesmas e para aqueles que fazem parte da sua roda de convivência. As desigualdades sociais, os desequilíbrios na relação entre o capital e o trabalho criam verdadeiros abismos entre os brasileiros, aflorando a sensação de apenas poder contar consigo.

Diversos aspectos na contemporaneidade, sejam eles sociais, econômicos, políticos, ambientais ou, principalmente, tecnológicos vêm contribuindo para as transformações das relações humanas, que cada vez mais se fragilizam diante de uma sociedade amedrontada com a violência, condicionada à velocidade de informação e sufocada pela significativa redução dos espaços físicos em decorrência de um mundo globalizado.

A vida nas grandes cidades tornou-se um fardo para aqueles que precisam viver, trabalhar e construir as suas relações sociais dentro dessa esfera territorial. O cenário urbano caracteriza-se por um conjunto de mazelas,

constituído de violência, poluição, desigualdade social e, principalmente, medo de viver em sociedade.

Quando se vive em uma cidade com superpopulação, o nível de cansaço parece maior, despende-se mais energia para lidar com o que está acontecendo ao redor. Hoje, é muito grande o número de pessoas que vivem nas grandes cidades. Segundo a ONU, dados coletados em 2018 apontam que cerca de 3 milhões de pessoas migram para grandes cidades a cada semana, principalmente países em desenvolvimento.

A agitação do dia a dia, o trânsito, as grandes distâncias para deslocamentos, as dificuldades de acesso à educação e à saúde retratam especialmente a vida na cidade grande. Um cenário que contribui para o aumento do estresse e da violência, fortes indicadores da falta de qualidade de vida.

A sociabilidade, segundo Simmel (2006), existe como um dos modos pelos quais toda a experiência humana pode ser potencialmente organizada, e num sentido concreto designa um complexo de indivíduos socializados, uma rede empírica de relações humanas operativas num dado tempo e espaço. Ainda sobre o conceito de sociabilidade, pode-se dizer que “sempre que houver indivíduos que se encontrem em reciprocidade de ação – seja ela permanente ou passageira, seja ela com, contra ou pelos outros, pode-se falar em sociedade” (PERES, 2011, p. 99).

O sujeito contemporâneo é repleto de angústias, inseguranças, que se originam das características do mundo em que vive, desestruturado, plural, competitivo e repleto de incertezas, onde cada um é deixado à própria sorte.

O medo do cidadão contemporâneo o faz querer conviver apenas com aqueles que fazem parte do seu grupo social. Tudo que fuja a este padrão, apavora, repele e distancia da convivência dos grandes centros urbanos. Como diz Zygmunt Bauman (2009, p. 7):

Para começar, a comunidade é um lugar “cálido”, um lugar confortável e aconchegante [...] Lá fora, na rua, toda sorte de perigo está à espreita; temos que estar alertas quando saímos, prestar atenção com quem falamos e a quem nos fala, estar de prontidão a cada minuto.

No contexto urbano, a violência vem sendo ponto de máxima atenção dos moradores das grandes, médias e pequenas cidades.

Independentemente do formato territorial das cidades, diversas formas de crimes e delitos são cometidas, deixando os cidadãos em constante estado de alerta. A mídia televisiva e a imprensa, diariamente, noticiam inúmeros casos de violência contra moradores das grandes cidades, cumprindo seu papel de informar, é certo, mas também amplificando o medo.

A violência torna-se pauta diária nas conversas entre os moradores das metrópoles, palco de grandes desigualdades sociais, onde uma minoria detém os meios de produção e a riqueza, ao passo que a maioria fica à margem, usufruindo de quase nada. Uma sociedade onde o consumo é amplamente estimulado pela grande mídia, a mesma que se encarrega de ditar modas, tendências e apontar o que deve ser adquirido para se fazer parte de um determinado grupo de 'referência'.

Numa sociedade em que se mata para obter um par de tênis e na qual uma vida vale um iPhone, o fato de a maioria da população não ter como adquirir determinados bens materiais cobiçados por tantos indivíduos acentua as desigualdades, ajuda a fomentar uma cidade violenta, onde se vive um constante estado de tensão e vigília.

Segundo Christian Ingo Lenz Dunker, em *Mal-estar, sofrimento e sintoma* (2015, p. 47),

Ao entrar em um desses condomínios, projetados com a mais tenra engenharia urbanística, temos o sentimento pacificador de que enfim encontramos alguma ordem e segurança. Rapidamente nos damos conta de que há ali uma forma de vida na qual a precariedade, o risco e a indeterminação teriam sido abolidos. O espaço é homogêneo, conforme certas regras de estilo. Dentro dele, os lugares são bem distribuídos, as posições estão confortavelmente ocupadas.

Fugir da realidade da violência nas cidades grandes é algo bem difícil de se conseguir, haja vista que as desigualdades oriundas da consolidação do capitalismo colaboram com a explosão da violência, pois quanto mais desigual for uma sociedade, mais frustrações e revoltas nela serão plantadas, culminando com o estado de tensão permanente. Veja o que afirma Dupas (2003, p. 34):

Para a pós-modernidade, a ordem social implicou a superação de uma dinâmica de oposição de classes pela criação de uma nova estrutura de castas: de um lado, os incluídos; do outro, os excluídos

de todos os tipos. Todas essas transformações favoreceram a permanência, hoje, de uma sociedade com grandes desequilíbrios sociais, dividida e assustada pela violência urbana oriunda também das diferenças de classe.

O capitalismo e a violência urbana caminham juntos. O primeiro cria riscos evidentes à cidade, sendo eles ambientais (degradação socioambiental, como aquecimento global, escassez de água potável, poluição do ar) e sociais (baixa qualidade de vida, alta taxa de desemprego, saúde e educação deficitárias, sistema de transporte precário, segurança pública insuficiente, entre outros problemas).

A violência urbana tornou-se consequência de um capitalismo desenfreado, alimentado não apenas pela economia, mas também pela política que chancela a necessidade da manutenção de uma estrutura desigual e com um nível de concentração de renda assustador. Segundo Heitor Frúgoli Jr. (2007, p. 15), em *Sociabilidade Urbana*,

O dinheiro, neste sentido, é o signo por excelência da modernidade, equivalente universal que converte qualidade em quantidade, daí seu caráter indiferente, que ao mesmo tempo aproxima e afasta, alarga círculos sociais e os torna dele dependentes, circula sem parar e ao mesmo tempo é o ponto fixo em torno do qual homens e objetos orbitam continuamente. O dinheiro afina o entendimento, estabelecendo marcas indelévels do estilo de vida moderno: objetividade, exatidão, calculabilidade, pontualidade, praticidade e padronização.

A sociedade de consumo, uma expressão utilizada na representação dos avanços de produção do sistema capitalista, teve o seu crescimento ao longo do século XX, nos Estados Unidos, e posteriormente se espalhou pelo resto do mundo, caracterizando-se pelo desejo de adquirir o “supérfluo”, o excedente, o luxo.

O consumismo se caracteriza pela constante insatisfação, já que uma necessidade satisfeita gera quase instantaneamente outra necessidade, tornando-se, assim, um ciclo vicioso. A lógica da sociedade de consumo respalda-se na busca pelo status, o objeto passa a valer como troféu. E a busca por esses troféus produz uma sociedade conflituosa, desigual e desumana. O capital fala mais alto, as relações interpessoais se perdem,

esvaem-se, tornam-se fluidas. O que afirma Bauman no livro *Vida para consumo*:

Ele também é um fixador das relações humanas. Bombardeados de todos os lados por sugestões de que precisam se equipar com um ou outro produto fornecido pelas lojas se quiserem ter a capacidade de alcançar e manter a posição social que desejam, desempenhar suas obrigações e proteger sua autoestima — assim como serem vistos e reconhecidos por fazerem tudo isso —, consumidores [...] irão sentir-se inadequados, deficientes e abaixo do padrão, a não ser que respondam com prontidão a esses apelos (BAUMAN, 2008, p. 74).

O desenvolvimento econômico e social é pautado pelo aumento do consumo, resultando em lucro nas relações comerciais de grandes corporações. Além dos lucros, a sociedade capitalista traz consigo outros aspectos que merecem atenção: a divergência entre o capital e o trabalho, ou seja, as tensões entre as classes proletárias e os donos do capital, a enorme degradação do meio ambiente, com a constante e desenfreada exploração dos recursos naturais, e a extinção dos valores humanos.

Em *Outros Olhos: as ru(s)gas da cidade e seu desenvolvimento nos discursos contemporâneos*, de Eliana Kuster (2014, p. 48):

Desde as discussões iniciais sobre modernidade, tem sido exaustivamente afirmado que esta é excludente, ou seja, ela "enveredou por (des)caminhos marcados pelo descarte da maioria. "A novidade agora é que junto a essa maioria — que se torna cada vez mais absoluta e irrevogavelmente descartada — são deixados de lado também pedaços inteiros de tecido urbano. A cidade é transformada em colcha de retalhos, reunião de partes, mal costuradas, em que se misturam cada vez menos as esferas pública e privada. O privado busca proteção, esconde-se atrás de muros, protege-se com cercas elétricas, exige carteirinha de sócio para entrar.

A concentração de renda cria os espaços de exclusão social, como favelas, guetos e periferias, locais onde a violência nua e crua aparece e toma conta da vida dos que usam tais espaços para morar e conviver socialmente. As divisões urbanas não são socialmente neutras; elas atuam em benefício de alguns e contra a "libertação" das massas.

Esta materialidade não é formada apenas por suas paredes construídas. É composta também por outros aspectos — aparentemente menos significativos, porém tão imperativos quanto muros — que demarcam limites e definem categorias muito bem

estabelecidas: uma determinada roupa, um certo tênis pode servir tão bem. (KUSTER, Eliana, 2014, p. 52).

Os espaços mais afetados pelas tensões da globalização são evidentemente os bairros mais pobres das cidades, por estarem mais expostos aos efeitos negativos da política liberal globalizada. Os governantes, em grande parte, são responsáveis por essa situação, pois já não oferecem mais aos moradores uma real proteção contra os efeitos desse mal.

Para Heitor Frúgoli Jr. (2007), os processos de segregação estabelecem distâncias morais que fazem da cidade um mosaico de pequenos mundos que se tocam, mas não se interpenetram. Isso possibilita que indivíduos passem rápida e facilmente de um meio para outro e encoraja o fascinante — e perigoso — experimento de viver ao mesmo tempo em vários e diferentes mundos contíguos, embora amplamente separados.

Segundo Bauman (2009), o abismo criado pela globalização, pelas relações sociais em constante conflito, cria um homem cercado de medos. O individualismo instaurado pela modernidade favorece a insegurança e a ideia de que o medo está em toda parte:

Se, entre as condições da modernidade sólida, a desventura mais temida era a incapacidade de se conformar, agora — depois da reviravolta da modernidade “líquida” — o espectro mais assustador é o da inadequação. Temor bem justificado, cumpre admitir, quando consideramos a enorme desproporção entre a quantidade e a qualidade de recursos exigidos por uma produção efetiva de segurança do tipo “faça você mesmo” (BAUMAN, 2009, p. 22).

O mundo contemporâneo e sua celeridade característica transformam os cidadãos em verdadeiros robôs, que saem de casa com sua programação definida — trabalho, almoço, mais trabalho, trânsito para casa —, uns em carros, outros em transportes públicos, mas ambos com o mesmo sentimento de medo da violência, acentuado pelo desgaste físico e mental. Uma vida realmente exaustiva, difícil para todos os atores dessa forma de viver moderna. Ainda é possível observar a liquidez das relações no trecho de Bauman (2007, p. 77), em *Modernidade Líquida*, sobre a fragilidade dos laços humanos:

No líquido cenário da vida moderna, os relacionamentos talvez sejam os representantes mais comuns, agudos, perturbadores e profundamente sentidos da ambivalência. A modernidade líquida em que vivemos traz consigo uma misteriosa fragilidade dos laços humanos – um amor líquido. A segurança inspirada por essa condição estimula desejos conflitantes de estreitar esses laços e ao mesmo tempo mantê-los frouxos.

Estar na cidade proporciona o acesso a serviços e possibilita, cada vez mais, o consumo de bens materiais, gerando, assim, enorme desejo de obter aquilo que a publicidade amplia em suas campanhas. O desejo vem, mas em boa parte da população transforma-se em frustração, que muitas vezes se transforma em violência, que atinge em cheio até quem pode consumir o que bem quiser – a classe dominante –, mas que tem a sua liberdade diminuída por causa da explosão de violência nos grandes centros urbanos.

Ninguém sai ileso dessa balança desequilibrada. De um lado estão os excluídos, que desejam, mas não podem ter, e do outro lado encontram-se os escondidos em carros blindados e grandes condomínios.

A partir da segunda metade do século XX, o Brasil ficou reconhecido mundialmente pela insegurança nas cidades. Desde então, o problema se intensificou, com taxas de homicídio bastante elevadas – comparadas, em muitos casos, a países em guerra. Em 2018, 17 cidades brasileiras constavam entre as 50 cidades mais perigosas do mundo. Esse cenário mudou a arquitetura e o urbanismo das nossas cidades. Os bangalôs com muros baixos, por exemplo, passaram a ser uma exceção. A população, sobretudo de classe média alta, passou a buscar a proteção da violência urbana em verdadeiras fortalezas. Em áreas periféricas e de baixa renda de muitas cidades o padrão já se repete, com cercas e muros fechando as residências unifamiliares das ruas (VALE, 2020).

Os moradores das grandes metrópoles se dividem entre os que vivem encastelados em casas com grandes muros ou em condomínios milimetricamente projetados para criar uma bolha de proteção, e os que vivem à margem da sociedade, em favelas ou bairros periféricos, onde a violência se apresenta nua e crua.

A sensação de solidão, mesmo que em grandes aglomerações, o vazio do individualismo e do egoísmo do homem urbano, a impressão de não ter nenhum suporte social, além da pouca ou nenhuma confiança nos políticos, órgãos públicos e privados, vendo corrupção em todas as esferas, retratam um Brasil que a ONU afirma ter perdido muitos pontos no ranking da felicidade.

Não é fácil ser feliz com a barriga vazia, com muitas frustrações, com medo de sair às ruas.

A felicidade apresentada nos programas de TV fomenta a busca pela fama em *reality shows*, onde corpos perfeitos são expostos, assim como marcas se apresentam como solução de problemas a curtíssimo prazo. Tudo isso oferece ao telespectador e leitor respaldo e conteúdo para formatar as metas de felicidade individual, o que é possível observar na seguinte citação:

Não tão originais, pois vivemos na era da produção em série, em que o novo está submetido e subordinado à repetição e à regularidade. Os meios de comunicação incitam não só a olhadela do espetáculo de ser feliz, mas também oferecem fórmulas mágicas através de receitas modalizadoras de como chegar lá ao assumirem o seu papel de apaziguadores ou de excitantes, dependendo de como se olhe, mas principalmente por exercerem função de alívio que em outra época era oferecido por capelas ou templos (FERRER, 2010, p. 165).

Os meios digitais, a internet e as redes sociais são os grandes impulsionadores da felicidade em seu modo compulsório, pois é através dessas telas que sentimentos são expostos e sensações são estimuladas com ações e atividades que cancelam a necessidade de exibição do estado de felicidade a qualquer custo.

Essas telas representam o reflexo das carências e necessidades humanas, e esses *gadgets* são milimetricamente pensados e de tempos em tempos atualizados, a fim de que a sociedade possa legitimar suas atitudes, suas ações, seus comportamentos. A rapidez com que novos aplicativos, ferramentas digitais e redes sociais são criados demonstram a dependência das pessoas na contemporaneidade.

Pois não são os aparelhos que causam mudanças nos modos de ser, como costuma se afirmar com excessiva irreflexão; mas, ao contrário, parece evidente que os artefatos técnicos são resultado de processos históricos bem complexos, que envolvem uma infinidade de fatores socioculturais, políticos e econômicos. Nesse sentido, as tecnologias são inventadas para desempenhar funções que a sociedade de algum modo solicita e para as quais carece das ferramentas adequadas (SIBILIA, 2016, p. 25).

O espaço onde as relações digitais acontecem, onde existe troca de informações, criação de conteúdos e relações sociais, muitas vezes caóticas e conturbadas, denominado de ciberespaço, é essencial para se desenvolver as

relações e ações que propiciam o ambiente da felicidade nas telas digitais. Segundo LÉVY, o ciberespaço pode ser definido como:

Eu defino o ciberespaço como o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. [...] caráter plástico, fluido, calculável com precisão e tratável em tempo real, hipertextual, interativo e, resumindo, virtual da informação que é, parece-me, a marca distintiva do ciberespaço (LÉVY, 1999, p. 92-93).

Para Augé (1994), o desejo de tudo fazermos em um período de tempo cada vez mais curto, de não perdermos nada do que se passa — não só à nossa volta, mas também no mundo —, já não permite a vida nos espaços físicos que ocupamos. Os espaços físicos transformam-se em meios que possibilitam a interação no espaço virtual: nunca estamos onde estamos fisicamente. Contatos, informações, publicidade (celulares, computadores, cartazes, monitores, alto-falantes), tudo isso nos transporta para outras realidades, outras alegrias, outros problemas, outros desejos, fazendo-nos sonhar sem o sonho.

Vamos ser no mundo virtual o que não podemos ser no mundo real. Em sendo assim, passamos horas transitando em um mundo onde tudo é perfeito, onde os pratos são mais saborosos, onde a vida é mais colorida. O homem moderno, cansado da vida real, parte para uma vida paralela, vida das redes sociais, onde facilmente as suas mazelas são temporariamente acalmadas. As relações fluidas e feitas para durarem pouco ou quase nada são características do homem moderno (AUGÉ, 1994, p. 63).

A existência desse espaço digital público permite que qualquer pessoa se exponha, assista, seja assistido e apresente a tal felicidade. As redes sociais configuram-se como um espaço onde não há lugar para mazelas e tristezas, nelas são depositados o melhor clique, com o melhor ângulo, usando o melhor filtro. É a exposição pública da vida privada, a partir da qual tudo deve ser registrado, pela vontade exacerbada de se mostrar, e de se mostrar estando bem.

Antes de comer, o prato deve ser fotografado, a satisfação passa ao largo do sabor da comida. Nesses casos, a satisfação e a saciedade momentâneas estão na quantidade de curtidas que aquele prato receberá.

Pode-se inferir uma necessidade incontável de ser visto(a), de ter a aceitação daqueles que compõem sua rede. A felicidade compulsória e plástica está sempre montada por filtros, luzes e sons. A música do *post* é sempre animada e deve combinar com a mensagem que se quer passar na postagem.

Ao longo das últimas duas décadas, a rede mundial de computadores tem dado à luz um amplo leque de práticas que poderíamos denominar “confessionais”, pois permitem a qualquer um dar um testemunho público e cotidiano de quem se é. Milhões de usuários de todo o planeta – gente considerada comum, como eu ou você – têm se apropriado das diversas ferramentas disponíveis on-line, que não cessam de se expandir, e as utilizam para expor publicamente aquilo que algum tempo atrás teria sido protegido por fazer parte da intimidade (SIBILIA, 2016, p. 52).

O sujeito contemporâneo passa a pertencer a um sistema qualificador, permeado por uma armação semiótica, que fomenta a grande importância dada nesta sociedade contemporânea à aparência, que traz com ela uma radiografia do sujeito, apresentando muitos códigos sociais ao qual este pertence, determinando o que pode ou não pode ser feito por esta pessoa, os locais que deve frequentar e as relações sociais que podem ser estabelecidas.

As pessoas são acondicionadas em “caixas” e padrões que culminam na criação de diversos nichos sociais e de mercado, atrelados a experiências parecidas, desejos semelhantes e busca de um comportamento de vida próximo. Dentro desses nichos surgem pessoas que tratam a temática ambiental como padrão de comportamento, transformando este segmento em uma estratégia comercial, estabelecendo uma nova modalidade de consumo, que pode ser chamada de “consumo verde” e que estimula produtos com apelo ecológico.

O consumo verde é um movimento que leva em consideração não apenas o preço e a qualidade de um artigo, mas tem como foco principal a preocupação com as questões ambientais envolvidas no processo de produção, distribuição e descarte de cada item. Este novo modo do capital, apontado por Guattari (1990) como mundial, estabelece uma nova modalidade de consumo, que tem ganhado cada vez mais adeptos.- A natureza passa a ser o grande produto publicizado, determinando comportamentos sociais, seguidos

por aqueles que acreditam que esta forma de consumir é a mais acertada. Segundo Tavares e Irving (2009, p. 321),

O olhar do consumo verde [...] se expressa através do prazer, da liberdade individual, da cidadania, dessa “sociedade do mercado” no comando, do capitalismo leve, desterritorializado, global, e de rede, da ambivalência, do consumo como produtor e regulador das à produtificação” e corporificação dos valores da natureza à vida [...]

As empresas se posicionam como ecologicamente corretas e lançam mão de apelos simbólicos, sociais e ambientais, produzindo e vendendo um estilo de vida. A marca produz uma percepção do mercado através das ferramentas de marketing, da mídia e da publicidade, conquistando, assim, inúmeros consumidores de uma versão de vida que agride menos o ambiente, que se alimenta sem veneno e que protege o ecossistema, formando imaginários que são explorados pelo capitalismo, já que as empresas ganham ao vincular sua imagem a um propósito tão nobre como a busca por se sentir melhor, mais confiante e ambientalmente responsável.

As metas para ser feliz no mundo contemporâneo podem ser de diversas vertentes, podendo estar atreladas a um corpo perfeito, uma vez que ser magro e jovem passou a condição *sine qua non* para se estar bem. As ferramentas para um corpo ‘perfeito’ e saudável combinam dietas milagrosas, exercícios físicos, cirurgias plásticas, alimentação restrita e remédios, tudo em nome da alta autoestima e da perseguida felicidade. Paula Sibila resume bem esse conceito atual de felicidade na seguinte passagem do seu artigo no livro *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*, no capítulo “Em busca da felicidade lipoaspirada”.

Por um lado, então, percebe-se um evidente enaltecimento do corpo e um estímulo à exploração das fruções corporais sob o imperativo da felicidade urgente, privada e imediata. Na confluência desses dois impulsos, e em sua condição de último baluarte que serve de vitrine para a subjetividade contemporânea, o corpo é objeto de um *design* epidérmico que recomenda o cultivo da própria imagem, numa era na qual a visibilidade e o reconhecimento no olhar alheio são essenciais para definir o que se é (SIBILA, 2010, p. 202).

A felicidade travestida de um corpo magro é o grande *hit* do mundo contemporâneo. A busca indiscriminada pelo belo e jovem faz muitas pessoas passarem por procedimentos que machucam e maltratam o próprio corpo. Nas redes sociais, o que mais se encontram são “fórmulas mágicas” para um emagrecimento rápido; corpos gordos são usados como exemplo de fracasso e do que não é correto e saudável. São inúmeros formatos de detox, jejum, pílulas, massagens, bandagens. E a felicidade é esculpida em séries de procedimentos, forjando a carapaça da beleza a todo custo.

Em nome de valores bem contemporâneos, como a autoestima e a felicidade, a carne humana é obstinadamente submetida a um conjunto de técnicas de moldagem corporal que demandam enormes doses de esforços, tempo e dinheiro (SIBILA, 2010, p. 205).

A cidade contemporânea é o espaço adequado para a sociabilidade desses corpos magros que são desfilados nas praias, nas academias, nos parques, nas baladas, e que são esculpidos com muitos exercícios, treinos e “Whey protein”. Ao chegar a uma academia é possível ver as pessoas com o mesmo padrão de comportamento, as mesmas roupas, os mesmos estilos de música e até a mesma dieta. Tudo em nome da manutenção estética que é exigida pela sociedade. Nas baladas é possível perceber um desfile de homens e mulheres que comungam um mesmo sentimento: estar bem fisicamente, arrumados e ávidos para espalhar suas fotos e *selfies* nas redes sociais. Não é suficiente apresentar o seu corpo perfeito nos espaços físicos, é necessário extrapolar a conquista da beleza para o ciberespaço e conseguir a aprovação dos seus inúmeros seguidores e fãs.

Do outro lado da mesa, encontram-se aqueles a que a maior parte da sociedade subjuga, pois não correspondem ao padrão estético exigido, são pessoas que estão acima do peso e, por isso, muitas vezes, são vistas como descuidadas, fracas e sem autoestima. Na contramão de tais pensamentos, surge no Brasil um movimento de ocupação dos espaços públicos por pessoas gordas. O movimento “Vai ter gorda” busca quebrar o pensamento de que o bonito e o que traz felicidade é estar com as medidas dentro de um padrão dito normal. As mulheres do “Vai ter gorda” se reuniram em Salvador (BA), no dia 8 de março, Dia Internacional da Mulher, com a intenção de ser vistas e mostrar

a importância de se dar a devida atenção às lutas contra a “gordofobia”, ou seja, o sentimento de repulsa às pessoas gordas, principalmente às mulheres, sempre tão cobradas para se manterem bonitas, bem - arrumadas e dentro de um peso “aceitável” para a sociedade.

O evento contou com rodas de conversa para falar sobre empoderamento, preconceito e os direitos das mulheres. Segundo a coordenadora nacional do coletivo, Adriana Santos, o Vai Ter Gorda, criado em 2016, vem ajudando pessoas a melhorarem a **autoestima**. "Nós nos sentimos representadas em ações que valorizam a estética da **mulher gorda**", explica. "O grupo vem trazendo discussões relevantes dentro de ambientes acadêmicos, jurídicos e políticos como forma de garantir o acesso e a dignidade da pessoa gorda", diz ela, com base na discriminação e nos constrangimentos que pessoas acima do peso podem sofrer em vagas de trabalho, na indústria da moda, em relacionamentos ou locais públicos. (MULHERES do movimento..., 2020).

Paralelamente à busca pelo corpo perfeito, há um outro formato de captura da felicidade nos dias atuais, este atrelado a temas voltados para o equilíbrio entre mente e corpo, um esforço para ser feliz que inclui cuidados com o corpo, a mente e o espírito. Trata-se de uma busca quase sempre praticada por pessoas pertencentes às classes média e alta da população. São pessoas que já têm uma carreira, uma vida financeira ajustada, vivem em casas confortáveis, enfim, várias conquistas já foram alcançadas, então, surge um certo vazio existencial.

A intenção de mergulhar em si mesmo e buscar alguma alteração no curso de uma vida tão agitada reforça a necessidade de equilíbrio em vários aspectos, de entendimento do que seria a verdadeira felicidade, de uma possível mudança de carreira, cidade e da forma de lidar com as situações ao redor. O homem se cansou de querer mudar o mundo e, em uma batalha solitária, decide mudar a si próprio, ressignificar a sua vida.

Observa-se uma explosão de títulos de livros de autoajuda, que apresentam fórmulas e caminhos para preencher os vazios da alma. Cursos de cura por pedras quentes, yoga, meditação, xamanismo, técnicas de respiração, procedimentos motivados pelo imperativo do bem viver.

O que se procura nos mestres da vida, a não ser maximizar nossos gozos e nossos mais diversos potenciais psicológicos? Os ideais de renúncia ao mundo foram trocados pelas técnicas de autoajuda que

supostamente proporcionam a uma só vez êxito material e paz interior, saúde e confiança em si, poder e serenidade, energia e tranquilidade, em outras palavras, a felicidade interior, sem que seja preciso renunciar ao que quer que seja de exterior (conforto, sucesso, sexo, lazer). [...] A sabedoria confundia-se com o desapego e com o despojamento de si: nós queremos a plena realização do Ego. Trata-se menos de mudar o estilo de existência que de adaptar-se ao nosso mundo, vivendo nele confortavelmente, sem estresse nem ansiedade (LIPOVETSKY, 2007, p. 351).

Para acalmar a mente, o *personal training*, que cuida do corpo “perfeito”, é substituído por gurus, que passam a ditar a rotina de seus seguidores, ou por terapeutas, com suas técnicas e manobras de equilíbrio emocional e psíquico. Tudo em busca do sentido da vida.

Além de livros e profissionais do “mercado do corpo são, mente sã”, uma outra ferramenta que aparece para chancelar a busca da felicidade espiritual são os meios de comunicação, que encharcam suas grades com programas que abordam o tema do bem-estar, as inúmeras capas de revista que insistem sem trégua no tema do “seja você mesmo o seu agente de transformação”. Freire Filho deixa isso mais claro:

Constrangimentos e incitações (patentes ou mais sutis) para a adesão ao projeto contemporâneo de felicidade emanam de outras fontes dispersas – notadamente, da grande mídia. As estratégias para a conquista de uma vida feliz avultam, por exemplo, como um dos apelos do entretenimento factual televisivo. Oscilando entre a ternura ativa e a contundência altruísta, psicólogos, educadores, dermatologistas, nutricionistas, cirurgiões plásticos, odontologistas, *personal stylists* e consultores de imagem delineiam os roteiros de práticas e cuidados necessários para a conquista da saúde, da desejabilidade, do equilíbrio interior e da harmonia doméstica (FREIRE FILHO, 2010, p. 43).

Na luta cotidiana e solitária para alcançar a felicidade, é fundamental manter-se vigilante e aprender a lidar com as mais intensas aflições dos tempos modernos, a exemplo do estresse, do envelhecimento e da passagem do tempo.

Urge estirpar das vidas contemporâneas a tristeza, a angústia e o baixo astral. Na felicidade compulsiva e compulsória, leiam-se as regras do bem viver, independentemente de faixa etária, cor, credo e gênero, é igualmente urgente afastar os horrores da rejeição por condições físicas como excesso de peso e envelhecimento, ambas situações geradoras de fraquezas e frustrações.

Na vida contemporânea a demonstração de estar bem é quase uma obrigação, e não ser feliz é assinar um atestado de fracasso. Mas quanto custa para o homem contemporâneo este imperativo de felicidade? Ser feliz, hoje, requer um esforço muito grande, deve-se esconder as mazelas e colocar um filtro muito interessante naquilo que se quer mostrar e o Instagram é uma das redes sociais digitais que mais fomenta esta vertente da felicidade compulsória.

É com estranheza que se observa o rechaçamento de sentimentos que são inerentes à condição humana. Observam-se tais conceitos em Safatle:

Assim, ser feliz na contemporaneidade demanda muito tempo, dinheiro, energia, construindo sonhos impossíveis levando-os a frustrações diversas, dívidas desnecessárias, sacrifícios sem sentidos, negações de si para ser Outro; egoísmo e renúncia de esforços e envoltimentos nos projetos sociais coletivos (SAFATLE, 2005, p. 25).

Como gozar ou qual objeto adequado ao gozo e que apenas incita ao [...] goze sem predicações, um puro não ceda em seu desejo. Uma desvinculação geral entre imperativo do gozo e conteúdos normativos privilegiados se assim, pode nos ajudar a compreender por que na sociedade de consumo magro, bonito, bronzeado pode facilmente ser trocado, por exemplo, por doente, anorético e mortífero, sem prejuízos para sua capacidade momentânea de mobilização de desejos, ou seja: ser feliz através de projetos que não existem (SAFATLE, 2005, p. 132).

Cansadas de projetos inviáveis ou mesmo extremamente exaustivos, a ponto de raramente se concretizarem, há pessoas que buscam uma outra rota para seguir suas vidas, priorizando o equilíbrio entre mente, corpo e espírito. São pessoas que não se sentem pertencentes a um mundo de relações frágeis e de consumo exagerado, que buscam um caminho alternativo na tentativa de construir um mundo em que a felicidade esteja atrelada ao autoconhecimento e ao reconhecimento do outro, ao respeito à pluralidade, despertando, assim, para uma nova forma de ver e viver a vida.

## 2.2 QUALIDADE DE VIDA, BEM-ESTAR E BEM VIVER: NUANCES DE FELICIDADE

O imaginário de felicidade é composto de diversas possibilidades e pode ser sentido através de diferentes pontos de percepção. Para obter um contraponto do que foi discutido até o momento neste trabalho, faz-se necessário enxergar a captura da felicidade relacionando-a ao Bem Viver.

O homem contemporâneo vive rodeado de muitas situações que lhe trazem angústias e incertezas, o que resulta num ser cheio de medos e dúvidas. A competição instaurada, seja no ambiente de trabalho, seja nas relações interpessoais e familiares, os padrões ditados para o homem bem-sucedido e o estresse do dia a dia nas grandes cidades revelam a fragilidade das relações e aguça ainda mais o interesse por se entender o que significa Bem Viver.

O conceito importante para o estudo em curso é o de Bem Viver, uma filosofia que direciona e dá sentido a muitas organizações de povos de origem indígena na América Latina que acreditam na amizade fraterna, na convivência equilibrada entre todos os seres da natureza e, principalmente, que têm grande respeito pela terra. O Bem Viver é calcado na harmonia entre homem e natureza, por isso, segue na contramão de tudo que a sociedade atual prega, inclusive no tratamento que esta dispensa à terra e à natureza, relegando-as a meros insumos para a produção de mercadorias de rápido consumo, cujo descarte é mais rápido ainda. Segundo Acosta (2016, p. 38):

A proposta do Bem Viver, desde que assumida ativamente pela sociedade, pode projetar-se com força nos debates mundiais. Poderia ser inclusive um detonante para enfrentar propositivamente a crescente alienação de uma grande maioria dos seres humanos. Em outras palavras, a discussão sobre o Bem Viver não deveria circunscrever-se às realidades andinas e amazônicas. Apesar de reconhecermos a extrema dificuldade para construir o Bem Viver em comunidades imersas no turbilhão do capitalismo.

Esta forma de pensar e agir se constituiu em uma oportunidade para construir uma nova realidade, onde os homens façam parte de um todo, vivendo em equilíbrio e harmonia com a natureza e com os outros seres humanos. O Bem Viver surge, também, com a intenção de fazer frente, orientar

e apresentar novas propostas de pensamento que apontem para um caminho onde exista a melhora das condições de vida dos mais vulneráveis. Sendo assim, entende-se o Bem Viver como uma forma de rever os mecanismos do desenvolvimento, revisitando as suas peculiaridades. Para Acosta (2016, p. 33),

[...] o Bem Viver com sua proposta de harmonia com a Natureza, reciprocidade, relacionalidade, complementariedade e solidariedade entre os indivíduos e comunidades, com sua oposição ao conceito de acumulação perpétua, com seu regresso ao uso, o Bem Viver, enquanto ideia em construção, livre de preconceitos, abre as portas para formular visões alternativas de vida.

O Bem Viver começa a aparecer como construção teórica entre as décadas de 1960 e 1970, como uma proposta de ação e resistência dos povos andinos. O seu principal questionamento está na forma perversa de o capitalismo buscar o desenvolvimento econômico e, atrelado a este desenvolvimento, o caos social, as desigualdades e a degradação da natureza.

O grande objetivo deste conceito é a valorização dos saberes tradicionais, da simplicidade e da produção em harmonia com a natureza, buscando o enfrentamento das problemáticas do mundo ocidental e não dando prioridade a tudo que é valorizado no mundo contemporâneo, como renda, bens e consumo. Gudynas conceitua da seguinte forma o Bem Viver:

Um segundo plano se refere aos **discursos** e às legitimações dessas idéias. O *Bem-Viver* se distingue dos discursos que celebram o crescimento econômico ou o consumo material como indicadores de bem-estar. Também não louva a obsessão com a rentabilidade e o consumo. Suas referências à qualidade de vida passam por outros caminhos. Incluem tanto as pessoas como a Natureza. O *Bem-Viver* abre as portas a outras formas de falar, escrever ou pensar nosso mundo. No terceiro plano se encontram as **ações concretas**. Podem ser projetos políticos de mudança, planos governamentais, códigos de leis e a busca de alternativas ao desenvolvimento convencional. Aqui se encontra um dos grandes desafios das idéias do *Bem-Viver*, no sentido que se convertam em estratégias e ações concretas, sem repetir as posturas convencionais tão criticadas. E, além disso, requer-se que sejam viáveis (GUDYNAS, 2011, p. 2).

Outro ponto a ser levantado sobre a discussão do Bem Viver é que este se apresenta como uma alternativa de vida comunitária, com a intenção de viver bem e em equilíbrio, e que, como já explicitado, tem sua matriz na forma de construção da sociabilidade dos povos indígenas, alicerçada em uma prática cotidiana de respeito, harmonia e equilíbrio com tudo que existe, através de uma análise de vida, na qual tudo se encontra em simbiose e buscando a igualdade de condições.

Nós, povos indígenas, temos princípios construídos de acordo com as leis da natureza, somos povos que vivemos em comunidade, onde se pratica a reciprocidade, a dualidade e a complementariedade. (...) Por isso, os direitos territoriais, o conhecimento e a justiça são exercidos de maneira coletiva, em conjunto: todos crescemos e decrescemos juntos (QUISPE, 2010, p. 9).

Na concepção de Gudynas, o Bem Viver não pode ser algo pontual, discutido apenas em audiências públicas ou em reuniões que tratem de questões ambientais. Para ele, é necessário abrir esta discussão com toda a sociedade, tratando-as como políticas públicas, dada a importância dessa pauta. O Estado precisa estar atento a tais questões, regulamentar leis de proteção ao meio ambiente e encará-las como uma forma viável de se manter o desenvolvimento sustentável. Desta forma, o Bem Viver não seria o rompimento com o desenvolvimento econômico, mas sim uma reformulação desse desenvolvimento, tendo em vista o equilíbrio entre homem, natureza e economia.

A construção do conceito do Bem Viver é composta pelas ideias, pelos discursos e pela prática. Ao se falar das ideias, foca-se no questionamento sobre o desenvolvimento contemporâneo, suas consequências e o *modus operandi* do sujeito. No tocante ao discurso, este é sedimentado na visão de um crescimento que busque a qualidade de vida das pessoas e da natureza, e por fim, mas não menos importante, a dimensão das práticas deve estar embasada em ações concretas, como projetos políticos, leis, discussões, dentre outras demandas.

Com esta discussão, percebe-se que o conceito de Bem Viver apresenta fortes críticas ao desenvolvimento da vida contemporânea e busca novas ideias e discursos para se aproveitar o que há de melhor na convivência

em sociedade, despertando ações que foram deixadas para trás com o crescimento das cidades, a industrialização e a forte atuação do capitalismo.

Um outro ponto a ser discutido no tocante ao Bem Viver é: deve-se apenas atrelá-lo a uma conceituação de caráter indígena e andino? É importante perceber que existem diversas posturas sobre uma vida boa e bem vivida, encaixada em diferentes culturas. Será que não existe um Bem Viver nas populações rurais, em uma comunidade quilombola ou em uma comunidade alternativa?

Faz-se necessário, então, compreender o Bem Viver levando em consideração novos atores, abrindo a discussão sobre viver em equilíbrio e de acordo com as características de diversos movimentos da sociedade, fazendo-se entender que a manifestação do Bem Viver pode também estar atrelada a uma ressignificação de vida, muitas vezes ligada ao cuidado e contato direto com os recursos naturais. O Bem Viver tem uma base material, mas, dentre os seus papéis, encontra-se também a procura da vivência dos afetos, representados pelos sentimentos, pela alegria, felicidade e tristeza, confirmando, desse modo, que o acúmulo de bens materiais não é o bastante nesta outra maneira de encarar a vida.

É importante apresentar todas as características desta nova forma de pensar as relações do homem com ele mesmo e com o ecossistema que o rodeia, e mais importante ainda é perceber que sua nova forma de encarar a vida será diferente de acordo com a cultura na qual estiver inserido. O olhar para este Bem Viver será distinto, pois ele estará permeado de constatações, desejos e imaginários que impregnam as diversas culturas.

Não se pode produzir uma proposta essencialista que seja idêntica para todas as culturas e todos os lugares. Enquanto conceito plural poderia dizer-se que, em sentido rigoroso, estamos nos referindo a "*Bons-Viveres*" que adotam diferentes formulações em cada contexto social e ambiental (GUDYNAS, 2011, p. 52).

Percebe-se que não é possível encaixar todas as perspectivas dos conceitos de Bem Viver em uma única caixa. As peculiaridades culturais existem, e isto é um fato, mas há elementos comuns que são bem marcantes. Não se refuta o desenvolvimento tecnológico, eles existem e são utilizados de

forma a auxiliar nos propósitos daquela comunidade. A defesa da natureza e dos seus recursos é uma condição *sine qua non* para aqueles que pensam e buscam o Bem Viver. Outro ponto fundamental são as relações sociais, surgidas com muita espontaneidade, transparência e, especialmente, com intenções bastante parecidas. As relações não são baseadas em interesses materiais, e sim nas trocas e experiências a serem vividas. E finalmente chega-se ao que foi discutido no início desta sessão: o Bem Viver reconfigura a qualidade de vida e o Bem-Estar.

Esse Bem Viver não está atrelado à posse de bens que possam dar conforto extremo e acesso ao que é fino, de bom gosto e “grifado”. É um Bem-Estar que se atrela à busca de uma felicidade simples e ao Bem Viver espiritual.

Não se pode entender o Bem Viver como algo idílico, onde os problemas e as tensões desaparecem, isso de fato não existe. O que se observa é uma relação mais franca, aberta e baseada na busca do diálogo e do consenso. Desse modo, o conceito Vivo do Bem Viver extrapolou os vales andinos e pode ser observado em diversos pontos no mundo, no Brasil e na Bahia.

É com esse espírito de alimentar e compartilhar um novo ideal de vida, com uma nova sociabilidade, que surgem as comunidades intencionais ou alternativas, trazendo consigo uma série de símbolos e signos que podem compor um imaginário mais amplo, diverso e, ao mesmo tempo, singular.

Mas o que essas comunidades buscam?

### 3 COMUNIDADES ALTERNATIVAS: MODO DE SER, MODO DE AGIR

É, eu ando em busca dessa tal simplicidade  
É, não deve ser tão complicado assim. É, se eu acredito, é minha  
verdade. E é simples assim (PIMENTEL, 2015).

A contemporaneidade é caracterizada por muitas dificuldades e grandes mudanças, permeados por problemas sociais, espaciais e ambientais. Desse clima de incertezas e desvalorização da natureza e da simplicidade, surge um movimento contrário de pessoas que resistem aos valores impostos pela sociedade capitalista, influenciadas pelas ideias da contracultura, especialmente na década de 1970. Observa-se a tendência da reunião de pessoas com o propósito de se afastarem do caos instaurado na contemporaneidade, buscando o rompimento com o tradicional e, assim, propiciando o surgimento das chamadas comunidades alternativas, que são outro viés de pensar forma de cultivo, moradia, educação, relações interpessoais e ecologia.

Comunidades sustentáveis são a realização desse novo ideal e brotaram aos milhares desde que, na segunda metade do século XX, as grandes cidades começaram a dar sinais da grande crise que hoje se mostra por inteiro. Comunidades antigas que se ressignificam, comunidades novas que brotam em áreas rurais, comunidades que surgem até mesmo nos espaços das grandes cidades. A maioria não subsiste por muito tempo, mas o sonho vai adiante, atravessa gerações, entra no novo século, atualiza-se na progressão das mudanças ambientais, diversifica-se na globalização cultural, intensifica-se no agravamento dos problemas sociais, renova-se na turbulência econômica. Enfim, a crise não enfraquece [...] (CAPELLO, 2013, p. 25).

Ao interpretar o texto de PIMENTEL (2015), percebe-se uma busca muito frequente pela simplicidade, pelo cultivo de atividades antigas e ancestrais, e principalmente pelo alcance de uma vida em regeneração, atividades que corroborem com as intenções do Bem Viver. Neste capítulo será possível revisitar em diversos momentos os conceitos estudados sobre esta temática e aprofundar como as comunidades alternativas constroem seus objetivos partindo de premissas desta prática.

As comunidades intencionais são definidas pela reunião de pessoas, seja em área urbana, seja rural, que buscam viver de forma diferente do que se

vive nas grandes metrópoles, afinal, são modelos alternativos, nos quais os integrantes querem experienciar um equilíbrio com a natureza e a espiritualidade, pautando essa experiência no compartilhamento de bens, tarefas e espaço físico. O propósito principal é a utilização dos espaços naturais de forma ética e cuidadosa, a fim de promover a regeneração da natureza, do corpo físico, da alma, da mente, do espírito e também da comunidade, por meio de trabalhos que resgatem o tecido social, as sabedorias e tradições locais. Um trabalho complexo e completo de convivência entre homem, ambiente e comunidade, pelo Bem Viver, que traz consigo a intenção de cultivar relações de reciprocidade, respeito e valorização das diversas formas de vida. Assim, a busca é por alternativas que, mesmo no mundo onde o sistema é opressor, possibilitem a construção de relações solidárias e igualitárias.

No decorrer do texto, as comunidades alternativas podem ser chamadas de comunidades intencionais ou ecovilas. Braun (2001, p. 39) afirma que as ecovilas são comunidades intencionais baseadas num modelo ecológico que focaliza integração das questões culturais e socioeconômicas como parte de um processo de crescimento espiritual compartilhado.

Ecovilas são, primariamente, um tipo de comunidade intencional. As comunidades intencionais, por definição, são grupos de pessoas (cinco ou mais, de mais de uma família) que escolhem viver juntas, compartilhando recursos para, através do coletivo, atingir a melhoria de problemas sociais identificados na sociedade de onde emergiram. Sendo assim, essas comunidades se entendem como um grupo separado e, até certo grau, melhorado da sociedade hegemônica, adotando práticas sociais e culturais alternativas, conscientemente concebidas e, geralmente, bem elaboradas. Nessa busca, partilham valores, visões e sonhos, almejando um estilo de vida mais verdadeiro e integral, o que significa a harmonia entre seus princípios e suas condutas sociais (METCALF, 2004, p. 49).

As comunidades intencionais são projetos de assentamento humano diferenciado, quando comparadas ao estilo de vida corrente, – amparadas por um propósito comum de trilhar um novo processo de construção social, de relações interpessoais e de utilização dos recursos naturais, usufruindo o “luxo do viver simples”. Trata-se de um empreendimento de certa complexidade, fruto de uma opção grupal e comunitária ou de uma filosofia de vida, uma entre

tantas que marcam a sociedade moderna e pluralista. Sob essa ótica, a ecovila é um ideário e uma pedagogia (CAPELLO, 2013, p. 14).

É importante aprofundar os conceitos de comunidades intencionais trazendo sete características fundamentais que são levantadas por Barry Shenker (1986, p. 12). Vale salientar que todas essas características podem ser encontradas em maior ou menor intensidade nas comunidades. Segue quadro explicativo.

Quadro 1 – Principais características de uma comunidade intencional

1. “A comunidade foi formada como um ato consciente e proposital. ”
2. “Os membros estão nela por opção e de forma consciente (mesmo que eles tenham nascido nessa comunidade). ”
3. “O grupo se vê como separado e diferente do seu ambiente externo e se identifica como um grupo para o seu ambiente interno. ”
4. “A comunidade é relativamente autossuficiente — a maior parte dos membros pode potencialmente viver toda a sua vida na comunidade. ”
5. “Compartilhar recursos é parte da ideologia da comunidade. ”
6. “A comunidade tem objetivos coletivos e precisa e espera que seus membros trabalhem para alcançá-los. ”
7. “A ideologia propõe que as metas da comunidade, mesmo quando voltadas para o benefício de um único indivíduo, sejam somente alcançadas de forma coletiva”

Fonte: autoria própria

Alguns sentimentos de justiça, partilha de recursos, igualdade e autogestão são pontos fundamentais para a composição de uma comunidade intencional. E são desses sentimentos e através da busca desses sentimentos e sensações que se forma o imaginário de felicidade dessas pessoas. Experimentar tais sensações e viver de forma “plena”, em prol de um mundo melhor, pode soar utópico para muitas pessoas, mas para quem decide viver em comunidade é a caminhada rumo ao pódio da felicidade.

O conceito de pedagogia vem da ciência que busca o objeto de estudo da educação, o movimento de ensino e aprendizagem. As comunidades alternativas têm como propósito apresentar a moradores e visitantes a arte de viver em equilíbrio com os recursos naturais, orientando-se sobre outro modo de viver o dia a dia, diferente do que é praticado nas grandes cidades. As comunidades, em sua maioria, se apresentam como multiplicadoras das atividades e práticas que desenvolvem em seus territórios por meio de cursos, palestras e oficinas, e esses ensinamentos são repassados de pessoa para pessoa, no intuito de ecoar cada vez mais longe informações e conceitos do Bem Viver, do viver em equilíbrio.

A ecologia é um ponto comum em todas as ecovilas; já estas se preocupam com o equilíbrio dos recursos ambientais, com a sustentabilidade da agricultura, através da permacultura<sup>3</sup>, com o objetivo de manter equilibrada a relação entre homem e natureza. Apesar desse ponto em comum, é importante não igualar todas as comunidades, afinal estas possuem peculiaridades e características próprias, que serão apontadas no decorrer deste capítulo.

A cidade é um lugar de grande diversidade, seja ela cultural, social ou de relacionamentos, mas também de muitos problemas, a exemplo dos apresentados no primeiro capítulo deste estudo. Em meio a características antagônicas do viver cultural e aprazível das cidades e suas mazelas, as ecovilas apresentam-se como uma alternativa de vida respaldada e apoiada por diversos órgãos e instituições que buscam promover e fomentar novo olhar para o viver em comunidade.

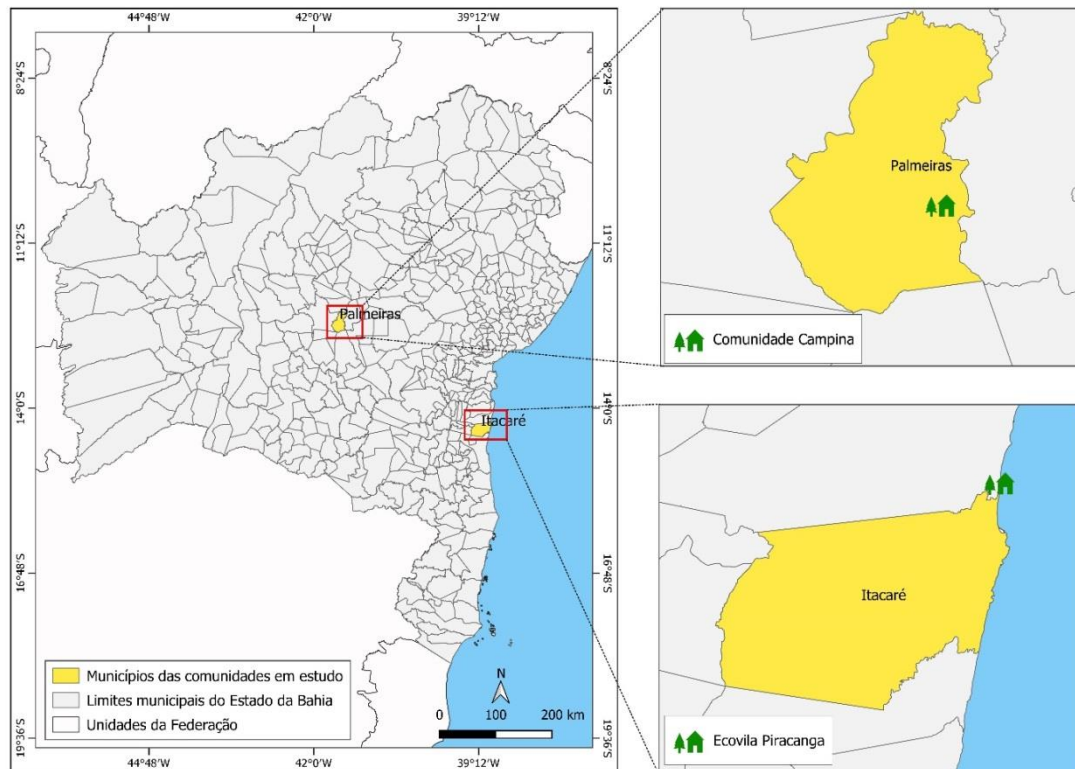
As comunidades alternativas estudadas nesta pesquisa se encontram no estado da Bahia e são afiliadas a algum órgão deliberativo. A Comunidade Campina é afiliada a Abrasca (Associação Brasileira de Comunidades Autossustentáveis), e a Ecovila de Piracanga além de ser afiliada a ABRASCA é afiliada ao Global Ecovillage Network (GEN), em português, Rede Global de Ecovilas. Esse diretório global foi fundado em 1995, após uma conferência onde reuniu comunidades sustentáveis do mundo inteiro na Escócia. Três anos após a criação do GEN, a Organização das Nações

---

<sup>3</sup> Sistema de planejamento de ambientes e cultura agrícola sustentável.

Unidas (ONU) reconhece as Ecovilas como exemplos de vida sustentável, elevando o diretório ao status consultivo dentro da organização, para assuntos relacionados à “revolução do habitar”.

Figura 1 – Mapa de representação geográfica das comunidades pesquisadas



Fonte: Elaborado por Mariana de Oliveira

É importante salientar o protagonismo de duas organizações que foram de fundamental importância na composição do movimento das comunidades intencionais no mundo: a GAIA e a GEN. A Gaia Trust é uma associação dinamarquesa de caridade, fundada em 1987 pela iniciativa de Ross e Hildur Jackson, que tinha como foco dar respaldo a projetos que visavam a transformação da sociedade atual em um ambiente mais espiritualizado e sustentável e que pudessem servir como exemplo positivo em relação a sustentabilidade e a exploração entre países em desenvolvimento e países desenvolvidos.

Com o passar do tempo, a Gaia Trust foi se desenvolvendo e fez-se necessária a criação de uma empresa chamada Gaia Corp, que serviu como fundo de investimentos para empresas com vieses ambientais e sustentáveis. Foi com todo o êxito da Gaia Corp que a Gaia Trust conseguiu financiar os

seus projetos, sendo um deles o Global Ecovillage Network (GEN). O sucesso dessa empresa possibilitou o financiamento quase integral, por alguns anos, de vários projetos da Gaia Trust, dentre os quais, a Global Ecovillage Network, que foi fundada com os seguintes objetivos: elaborar e disseminar os valores das ecovilas, sistematizar a formação das redes organizacionais dessas comunidades e conectar projetos de ecovilas já existentes, facilitando seu desenvolvimento.

A Global Ecovillage Network é uma rede em crescimento de comunidades e iniciativas sustentáveis que reúne diferentes culturas, países e continentes, fornecendo apoio a ecovilas, comunidades intencionais e ao próprio sujeito que tem como um dos objetivos a preocupação com o ecossistema.

[...] as ações que procuram garantir o futuro de um lugar, com qualidade de vida, respeito às pessoas e sua cultura, conservação do meio ambiente, manutenção da biodiversidade e adequação ao território podem ser consideradas sustentáveis (MENDES, 2009, p. 51).

Para este estudo serão aprofundados os conceitos e o funcionamento do GEN, que tem a sua administração composta por um secretariado com sede na Dinamarca e possui escritórios de apoio localizados nos EUA, na Alemanha e na Austrália. A função desse secretariado é divulgar o modelo e fomentar a estruturação de redes regionais e nacionais, criar eventos e diretrizes para as ecovilas, com abrangência local e internacional.

No site oficial do GEN, verifica-se a visão e a missão do referido diretório. Como visão, a Rede Global de Ecovilas prevê um mundo de cidadãos e comunidades capacitados, projetando e implementando seus próprios caminhos para um futuro sustentável e construindo pontes de esperança e solidariedade internacional. Tem como missão inovar, catalisar, educar e defender a parceria global com as ecovilas e todos aqueles que se dedicam à mudança para um mundo regenerativo. Percebe-se que o foco principal do GEN é capacitar e apoiar as comunidades intencionais ao redor do mundo. Thais Mattos, coordenadora de educação do GEN, apresenta o seguinte conceito:

O coração de uma ecovila é a comunidade. São laboratórios vivos, criando e testando soluções sociais, processos participativos, metodologias que misturam novas ferramentas e técnicas antigas, além de desenvolver economicamente a área com o menor impacto ambiental possível. Outra característica muito forte é o ensino, as pessoas vão lá para aprender e irradiar esse conhecimento (MATTOS, 2016).

A Rede Global de Ecovilas possui três pilares regionais: GEN – Europe, com atuação na Europa e na África; Rede de Ecovilas das Américas (ENA), e Rede de Ecovilas para Ásia e Oceania (Genoa). Em um desdobramento da ENA, em 2012 surgiu o Conselho de Assentamentos Sustentáveis da América Latina (CASA), com a intenção de dar suporte às Ecovilas existentes e em formação em todo o território sul-americano. É importante observar que a CASA trabalha em sintonia com o GEN/ ENA para que as comunidades em todo o mundo possam ter as suas atividades pensadas e planejadas juntamente, afinal é visível o crescimento no número de ecovilas implantadas no Brasil e no mundo.

De acordo com dados da Foundation for Intencional Community (FIC), existem hoje aproximadamente 15 mil comunidades intencionais, dentre as quais, 2717 estão cadastradas no Fellowship for Intentional Community, banco de dados da Foundation for Intencional Community, também utilizado pelo GEN, e de todas essas comunidades catalogadas, 600 são afiliadas a esse diretório.

Por meio de dados do Fellowship for Intentional Community, estima-se que hoje no Brasil existam cerca de 100 comunidades intencionais e ecovilas, nem todas afiliadas ao GEN. No território nacional há registros de comunidades em funcionamento nas Regiões Sul (Paraná, Rio Grande do Sul e Santa Catarina), Sudeste (São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro), Centro-Oeste (Distrito Federal e Goiás) Nordeste (Bahia, Ceará, Rio Grande do Norte, Pernambuco, Maranhão e Paraíba) e Norte (Amazonas, Pará e Roraima).

Figura 2 – Mapa de representação das ecovilas



Fonte: Irradiando luz (2020)

Na Bahia, de acordo com a Abrasca (Associação Brasileira de comunidades Autossustentáveis), observam-se 12 comunidades intencionais, divididas em três regiões específicas:

Quadro 2 – Comunidades pertencentes à Chapada Diamantina

<b>Cidade</b>	<b>Nome</b>	<b>Filiação</b>
Palmeiras (BA)	Comunidade Campina	Abrasca
Palmeiras (BA)	Rodas do Arco-Íris	Sem filiação
Palmeiras (BA)	Centro de Cura e Crescimento	FIC
Rio de Contas (BA)	Ecovila Barriga da Onça	Sem filiação
Rio de Contas (BA)	Fazenda Riachinho	Sem filiação

Fonte: autoria própria

Quadro 3 –

<b>Cidade</b>	<b>Nome</b>	<b>Filiação</b>
Itacaré	Abracadabra	Sem filiação
Itacaré	Aldeia Terra Preta	GEN
Itacaré	Ecovila Piracanga	GEN e Abrasca

Fonte: autoria própria

Quadro 4 – Comunidades pertencentes a Simões Filho

<b>Cidade</b>	<b>Comunidade</b>	<b>Filiação</b>
Simões Filho	Fundação Terra Mirim	GEN

Fonte: autoria própria

Quadro 5 – Comunidades pertencentes a Camaçari

<b>Cidade</b>	<b>Comunidade</b>	<b>Filiação</b>
Camaçari	Vila Hippie de Arembepe	Abrasca

Fonte: autoria própria

Faz-se necessário entender conceitos que influenciaram o início dessas comunidades na Bahia e no Brasil, perceber de onde vem o desejo de romper com o tradicional e o imposto pela sociedade contemporânea, o que faz estar na cidade ser tão complicado. Mesmo sabendo que existem comunidades intencionais na área urbana, este viés não será abordado, uma vez que o presente estudo tem como foco as comunidades intencionais e ecovilas formadas nas áreas rurais.

Ao abordar os movimentos de comunidades alternativas e intencionais não se pode descolá-los dos movimentos de contracultura das décadas de 1950, 1960 e 1970, que acontece em um momento de bastante transformação, um mundo pós-guerra, com muitos traumas, crescimento desordenado das cidades, estímulo à criação de famílias numerosas, elaboração de padrões, estilo de vida e fomento ao consumismo. Diante de tal cenário, alguns jovens, insatisfeitos com o que lhes era imposto, passam a rejeitar e a fazer críticas severas ao sistema.

O termo “contracultura” foi inventado pela imprensa norte-americana, nos anos 60, para designar um conjunto de manifestações culturais novas que floresceram, não só nos Estados Unidos, como em vários outros países, especialmente na Europa e, embora com menor intensidade e repercussão, na América Latina. Na verdade, é um termo adequado porque uma das características básicas do fenômeno é o fato de se opor, de diferentes maneiras, à cultura vigente e oficializada pelas principais instituições das sociedades do Ocidente. Contracultura é a cultura marginal, independente do reconhecimento oficial. No sentido universitário do termo é uma anticultura (PEREIRA, 1984, p. 13).

É nesta época de movimentos da contracultura que se observa uma explosão de comunidades cujo objetivo principal era viver as ideias de

contestação social da época, tendo como buscas principais a simplicidade, a sustentabilidade e o ativismo político. É importante salientar que na mesma época outro movimento, o *Cohousing*<sup>4</sup>, surgiu e também foi forte influenciador dos movimentos atuais.

Foi nesta década, 1960, que começaram a se estabelecer ao redor do mundo algumas comunidades sustentáveis que viriam a se tornar parte do movimento de ecovilas, como "Findhorn Foundation" (Escócia, 1962), "Twin Oaks" (EUA, 1967), "Auroville" (Índia, 1968), dentre outras. Essas comunidades são fruto do contexto social da época, mas, de uma forma particular, são atentas aos movimentos de reconexão com a natureza e às questões ambientais que começaram a entrar em pauta nesse período (DAWSON, 2015).

Pode-se dividir esse período em três grandes momentos. Em 1950, a geração Beatnik, formada por jovens indignados com o sistema, a censura e a Guerra Fria, dividindo o mundo entre capitalistas e socialistas, sai em busca de liberdade, na tentativa de conhecer seu país, aproveitar a vida e criar uma nova forma de olhar o mundo.

Muitos autores creditam aos Beatniks a criação da própria juventude, afinal, nessa década, as crianças saíam da infância diretamente para a vida adulta. O movimento mexeu com os costumes, a cultura, as convenções comportamentais, manifestando-se na criação de roupas, músicas e produtos direcionados aos jovens, mas não parou por aí, também se expressou contestando a política e indo de encontro às regulamentações, às regras para se viver na sociedade daquela época.

Outro ponto a ser destacado é a busca pela elevação espiritual, que faz esses jovens procurarem conexão com as práticas orientais, como yoga, meditação, alimentação macrobiótica. Eles introduziram os conceitos nos Estados Unidos da América (EUA), que logo depois se espalham por todo o mundo. Como afirma Tavares (1985, p. 16):

O Beatnik foi o primeiro gesto de desobediência espontânea organizada (ou seria organizadamente espontânea?), tendo origem na frustração do meio intelectual, que vivia a Guerra Fria, a tensão da guerra da Coréia, ameaçando deflagrar uma guerra nuclear, época

---

<sup>4</sup> É uma comunidade intencional de casas particulares agrupadas em torno de espaço compartilhado. Cada casa anexa ou unifamiliar possui comodidades tradicionais, incluindo uma cozinha privativa.

também de caça às bruxas do macartismo... Com o correr do tempo, os beatniks começam a tomar atitudes políticas de contestação, pregam a desobediência às autoridades constituídas e são os primeiros a iniciar-se nas práticas de zen-budismo, um estado alterado de consciência.

Um segundo momento dessa fase, denominada por muitos autores de contracultura, foi marcado pelo movimento *hippie* e pelo grande festival de Woodstock<sup>5</sup>, em 1969, que reuniu uma multidão de jovens sob o lema “faça amor, não faça guerra”. O movimento também foi de encontro aos padrões, estéticos, morais e patriarcais da época, com os jovens pregando a liberdade sexual, a possibilidade do sexo apenas por prazer, a liberdade com o corpo, especialmente o feminino. Na mesma época, a pílula anticoncepcional foi descoberta, uma verdadeira revolução sexual.

No Brasil, o movimento *hippie* coincide com a ditadura militar, momento de muita repressão, falta de liberdade de expressão e violência. Em contraposição, surge o movimento de protesto respaldado pela música e com forte adesão de estudantes e artistas. Surge o Tropicalismo<sup>6</sup>, movimento multicultural que manifestava em sua música, particularmente no Rock’n’roll e na MPB, o rompimento com o comportamento social e cultural dominantes.

No Brasil de 68 a revolta influenciada pela rebeldia *hippie* foi colocada na ordem do dia pela Tropicália. Caetano Veloso, com a sua guitarra elétrica que horrorizava a esquerdinha medíocre, cantava o hino dos que iam pelas ruas “caminhando contra o vento/ sem lenço e sem documento” (TAVARES, 1985, p. 24).

Fazendo um recorte para o estado da Bahia, observa-se nesse período a formação da aldeia *hippie* de Arembepe, que até os dias atuais resiste e mantém os seus valores e pensamentos. Em uma entrevista recente (2019) feita pelo site Destaque 1, em comemoração aos 51 anos de existência da aldeia, muitos moradores foram entrevistados e salientaram a importância de resistir, como é o caso do Sr. Walter, morador da aldeia há mais de 25 anos:

---

<sup>5</sup> Foi um dos principais festivais de música da história, pois representou o auge da contracultura e da efervescência cultural do momento.

<sup>6</sup> Movimento cultural brasileiro dos anos 1968 e 1969 que se apresentava em diversas expressões artísticas, como música, cinema, teatro, poesia e artes plásticas.

O que me atraiu e também cativa as outras pessoas não é somente a beleza em si, mas o estado de espírito que o vilarejo nos proporciona. Acordo cedo e posso caminhar na praia, pescar o peixe, escolher o momento de realizar as minhas atividades (DESTAQUE 1, 2019).

Percebe-se que todos os movimentos de contestações e tentativas de mudanças das décadas citadas deixaram um legado que influencia a sociedade até os dias atuais. As comunidades intencionais e ecovilas são fruto de um pensamento de resistência e busca de transformação que cresceram muito na década de 1980, onde observa-se uma preocupação muito grande com o equilíbrio entre a natureza e a ação do homem.

A contestação possibilitou o surgimento de comunidades rurais que propunham uma nova forma de viver. Diferentemente dos movimentos da chamada contracultura, as comunidades intencionais não negam a realidade e nem entram em embate direto com o sistema. Existe um espaço para criar mudanças e dialogar por um equilíbrio na utilização dos recursos naturais e na forma de lidar com o consumo e com as relações interpessoais, o que se assemelha aos conceitos do Bem Viver.

O movimento alternativo busca experimentar e conhecer outros sistemas de valores, desde que pautados no interesse comum e, por isso mesmo, também chamados de comunidades intencionais, já que surgem de uma intenção comum, de um desejo partilhado por aqueles que decidem compartilhar um viver em grupo.

Isso ocorre ainda que a diversidade humana de seus integrantes seja infinitamente maior do que a que existia nas comunidades pré-capitalistas. Vem daí o fato de as ecovilas também serem conhecidas como comunidades intencionais, em que a vontade pessoal de conceber um espírito de pertença do grupo cria condições para a existência e a continuidade do próprio grupo (CAPELLO, 2013, p. 34).

As ecovilas podem ser encontradas em todo o mundo<sup>7</sup> e são compostas, em sua maioria, de 50 até no máximo 3 mil integrantes, e como em qualquer reunião de pessoas, faz-se necessário uma gestão, para que as rotinas e tarefas possam ocorrer. Assim, essas comunidades são coordenadas por um conselho de moradores que, juntos, pensam de forma participativa os

---

<sup>7</sup> A primeira ecovila no mundo é a de Findhorn, na Escócia, e no Brasil é a comunidade Mato a Dentro, em São Lourenço, sul de Minas Gerais.

processos internos das ecovilas. Decidir estar em uma comunidade alternativa é decidir romper com diversas situações impostas ao homem contemporâneo desde que ele nasce, romper com a vida pautada no consumo, no status e nos padrões. É dizer sim para uma vida compartilhada, como afirma Sargisson (2004, p. 4):

Comunidades intencionais são grupos de pessoas que escolheram viver (e algumas vezes trabalhar) juntos por algum propósito comum. Suas *raison d'être* vão além da tradição, relações pessoais ou laços familiares. São lugares onde as pessoas experimentam alternativas e tentam viver seus sonhos em uma base cotidiana.

As ecovilas surgem do desejo comum de um grupo de pessoas, mas é condição *sine qua non* que esse desejo de viver em comunidade exista verdadeiramente para que uma ecovila seja formada, ou seja, trata-se do primeiro critério a ser assimilado. Não adianta apenas ter os aparatos de redução de consumo de água e energia. Existe algo maior para a caracterização de uma ecovila, que são as relações humanas, através de uma convivência compartilhada, uma das razões pelas quais não se pode afirmar que seja fácil e tranquila a criação de uma comunidade intencional. São muitas variantes, muitas questões e mudanças em níveis pessoais e coletivos a serem discutidas e implementadas.

Comunidades sustentáveis são a realização desse novo ideal e brotaram aos milhares desde que, na segunda metade do século XX, as grandes cidades começaram a dar sinais da grande crise que hoje se mostra por inteiro. Comunidades antigas que se resignificam, comunidades novas que brotam em áreas rurais, comunidades que surgem até mesmo nos espaços das grandes cidades. A maioria não subsiste por muito tempo, mas o sonho vai adiante, atravessa gerações, entra no novo século, atualiza-se na progressão das mudanças ambientais, diversifica-se na globalização cultural, intensifica-se no agravamento dos problemas sociais, renova-se na turbulência econômica. Enfim, a crise não enfraquece (CAPELLO, 2013, p. 34).

É de suma relevância abordar a temática das relações sociais predominantes nas comunidades intencionais, já que esta é alicerçada pela ruptura dos panoramas sociais dominantes e a inserção do sujeito em uma estrutura de convívio mútuo. Mas viver em comunidade não significa apagar quaisquer tensões e/ou conflitos, principalmente quando se constroem as

relações sociopolíticas baseadas na inclusão e na participação de todos. A reorganização social, intencional, planejada, lastreada pela busca de uma vida com propósito e significado, pode também gerar problemas. A busca pelo consenso também gera conflitos e problemáticas, mediar decisões pode criar sensações de mal-estar e desequilíbrio.

[...] toda relação de força é uma relação de poder [...] é uma ação sobre a ação, sobre as ações eventuais, ou atuais, futuras ou presentes, é um conjunto de ações sobre ações possíveis [...] induzir, desviar, tornar fácil ou difícil, ampliar ou limitar, tornar mais ou menos provável (DELEUZE, 2006, p. 78).

Em qualquer relação há sempre um encontro de forças, e nesse encontro há sempre um aumento ou uma diminuição da potência de cada uma delas. Toda força pode se agregar ou resistir a outra força e, por isso, dentro de uma ecovila existem forças, sejam elas sociais, políticas ou culturais. A própria decisão de rompimento com o que é padrão já se configura uma força e uma transformação de espaços. Em todos os espaços de saberes, de mídia e do próprio sujeito há uma relação de poder. É possível perceber esse poder nas práticas cotidianas de cada coletividade. Em suma, nas relações instauradas em uma comunidade intencional se instala uma micropolítica, uma forma de orquestrar as ações e os acontecimentos:

Com a condição de não entendermos “micro” como uma simples miniaturização das formas visíveis ou enunciáveis, mas como um outro domínio, um novo tipo de relações, uma dimensão de pensamento irreduzível ao saber: ligações móveis e não-localizáveis (DELEUZE, 2006, p. 82).

Mesmo apresentando um lado que muitas vezes pode ser conflituoso e facilitador de uma possível extinção de comunidades, as relações sociais também podem ser um foco de atração para aqueles que se interessam em ter uma experiência numa ecovila. Os estudos apontam que uma das grandes razões de se estar em uma comunidade é possibilidade de alinhar crenças, valores e de viver uma nova forma de sociabilidade, como é definido no texto abaixo:

Um dos principais motivos que fazem as pessoas se sentirem atraídas pela forma de vida das ecovilas é a possibilidade de

umentar suas oportunidades sociais — e este pode ser um dos maiores valores das ecovilas. Dentro do contexto de comunidade oferecido pelas ecovilas, os moradores desfrutam de numerosos benefícios não disponíveis ao modelo individualista, tais como: um lugar seguro para criar seus filhos, onde diversos adultos podem servir como exemplos; dispor de mais tempo para a família e para os amigos e dedicar menos tempo a trabalhos estressantes ou para se deslocar de um local a outro; mais oportunidades para criar negócios caseiros ou indústrias artesanais, possivelmente em colaboração com amigos da comunidade; para os pais se torna mais fácil integrar suas atividades profissionais com o cuidado das crianças; há mais oportunidades para se dedicar a atividades criativas, como a música e o teatro, com os vizinhos; podem ser organizadas refeições compartilhadas; é possível compartilhar oficinas, lojas e outros espaços de lazer, o que significa menos compras, menos gastos e, portanto, não ter que gastar tanto; as associações políticas frequentemente têm sua base na própria ecovila; as pessoas se sentem satisfeitas com suas relações sociais, o que faz diminuir drasticamente o consumismo, os vícios e o crime; as ecovilas facilitam também a integração das pessoas que têm diferentes capacidades, os idosos e outros grupos de risco, de maneira que eles possam desfrutar de uma vida mais plena e mais intensa (GAIA EDUCATION, 2012, p. 32).

É de suma importância apresentar as relações sociais formadas dentro de uma ecovila. Para representá-las, segue o quadro abaixo:

Quadro 6 – Pontos importantes nas relações sociais em uma ecovila

1. Aceitação da diversidade e construção do senso de comunidade ( <i>cohousing</i> , encontros sociais formais ou informais, compartilhamento de refeições).
2. Empoderamento de lideranças e sistemas de governanças que tenham participação – as ecovilas, geralmente, são autogeridas, aderindo a sistemas de governança participativos.
3. Garantia do acesso igualitário a educação e saúde holísticas – as ecovilas são pautadas na justiça e igualdade, oferecendo, portanto, o mesmo tratamento a todos os seus membros.
4. Cultivo dos processos decisórios que sejam inclusivos e transparentes – as ecovilas desenvolvem métodos de tomada de decisão geralmente baseados no consenso (em ecovilas menores) ou na sociocracia (em ecovilas maiores).
5. Gestão e facilitação de conflitos, comunicação e habilidades de construção de paz.
6. Desenvolvimento de instituições que sejam justas, eficientes e

confiáveis – as ecovilas visam fomentar projetos de iniciativas cidadãs autossuficientes que não exploração de recursos humanos ou naturais.

Fonte: autoria própria

Além dos aspectos sociais já discutidos serem fundamentais para a sustentação de uma ecovila, algo crucial para a sua manutenção são as estruturas econômicas adotadas por elas, sendo essas estruturas uma temática de grande relevância neste estudo. O olhar para a economia das ecovilas deve ser tratado como ponto de relevância. Sabe-se que existe uma crítica, por parte dessas comunidades, ao sistema contemporâneo de fazer economia, calcado no consumismo e no capitalismo, pontos já devidamente discutidos no capítulo inicial deste estudo. Então, como é formatado o viés econômico dessas comunidades?

A estrutura econômica de tais comunidades vai na contramão do modelo capitalista dominante, refutando suas estratégias e buscando uma forma de obter dinheiro por meio de práticas econômicas focadas em uma economia local, criação de moedas e bancos sociais, sistemas de troca, comunalismo<sup>8</sup> econômico, economia colaborativa, incentivo à redução do consumo e novos parâmetros de bem-estar social. O objetivo de desenvolver uma economia local é resgatar identidade própria para a comunidade, afinal, quando uma ecovila produz ela deixa de estimular e consumir produtos nos quais não confia plenamente e que, muitas vezes, podem ir de encontro aos seus ideais.

De uma forma ou de outra, a maioria das comunidades intencionais utiliza os conceitos de comunalismo como forma de organização de suas estruturas econômicas, pois há nesses espaços um esforço de ressignificar as relações de propriedade e distribuição de renda, ampliando o sentimento de pertencimento na comunidade.

---

<sup>8</sup> O comunalismo econômico a que se refere este tópico está relacionado a um processo de organização social baseado na propriedade coletiva e na distribuição dos frutos do trabalho através dos princípios da reciprocidade, solidariedade e da ajuda mútua.

Praticamente todas as ecovilas desenvolvem algum grau desse comunalismo econômico, podendo variar de um comunalismo total, ou seja, o compartilhamento igualitário da propriedade da terra, da renda gerada, dos recursos produtivos e até mesmo dos bens "pessoais", como, por exemplo, roupas, a um comunalismo parcial que inclui a partilha de instalações e atividades, mas não de propriedade, além de variações dentro desses extremos. O grau de comunalismo determina significativamente a estrutura social, influenciando inclusive a existência ou não de classes dentro da comunidade (DIAS; LOUREIRO, 2017, p. 52).

Como forma de executar o compartilhamento econômico, muitas ecovilas lançam mão da economia colaborativa<sup>9</sup> ou compartilhada, sendo este construído em torno do compartilhamento de recursos humanos e físicos, o que inclui criação, produção, distribuição de bens e serviços. Esse tipo de organização reduz a dependência do sistema hegemônico por meio da troca e do compartilhamento de produtos, saberes e serviços. Neste sentido, Mance descreve a economia colaborativa da seguinte forma:

As Redes de Colaboração Solidária são fundamentadas em um sistema de produção onde não pode haver exploração nem dominação dos trabalhadores, com equilíbrio nos processos, com uso de insumos produzidos de forma ecologicamente correta, e com partilha dos excedentes, havendo reinvestimento e formação de novas redes (MANCE, 2008, p. 1).

A dimensão econômica praticada pelas ecovilas tem objetivos que perpassam a dimensão econômica, pois seu intuito é desenvolver os ambientais, sociais, políticos e culturais, ou seja, o objetivo é um desenvolvimento multidisciplinar. Ao trabalhar a economia de forma participativa e multidimensional busca-se aplacar as questões ambientais da atualidade, que são fruto de uma política econômica voltada exclusivamente para o lucro.

A preocupação com a preservação da natureza e o controle de seus recursos são pontos fundamentais para uma ecovila que, no âmbito econômico, procura ajustar tais arestas para se compor. O ponto fundamental é saber usar a natureza sem sugá-la, combater o capitalismo e suas consequências, não pactuando com decisões governamentais que

---

<sup>9</sup> A economia colaborativa teve origem na década de 1990, nos Estados Unidos, impulsionada pelos avanços tecnológicos que propiciaram a construção de plataformas digitais e de redes virtuais, possibilitando, assim, o surgimento de novas formas de produção e consumo.

depreciem o planeta, daí a disseminação do veganismo<sup>10</sup>, da alimentação vegetariana e da permacultura<sup>11</sup> em boa parte das comunidades.

Se fez necessário apresentar os principais pontos que caracterizam uma ecovila, pois, atualmente, muitos empreendimentos imobiliários se apropriam de tal denominação para qualificar os seus condomínios. Muitas vezes, são empreendimentos que apenas fazem a captação e geração de luz solar, ou utilização inteligente da água, mas de fato não são uma ecovila. A ideia é vender o projeto como “verde” e autossustentável, e incorporadoras utilizam este artifício para aliar à sua imagem pública a preocupação com as causas ambientais, com a finalidade de ampliar as vendas.

Enquanto um condomínio residencial é construído a partir de um empreendimento que, por mais que tenha boas intenções, visa em última instância obter lucro, o projeto de uma ecovila é desenvolvido por um grupo de pessoas que participam ativamente do planejamento, do financiamento e, muitas vezes, também da construção em si, por meio de mutirões de trabalho comunitário (CAPELLO, 2013, p. 21).

Figura 3 – Entrada da Eco Vila Tipuana em Campinas – São Paulo



Fonte: Eco Vila Tipuana 2 (2020)

<sup>10</sup> Estilo de vida que vai além de não comer carne – é se negar a consumir qualquer coisa que tenha um ingrediente animal.

<sup>11</sup> Sistema de planejamento de ambientes sustentáveis que utiliza práticas agrícolas e sociais centrado em simular padrões observados nos ecossistemas naturais.

Figura 4 – Site de vendas da Eco Vila Caminho de Abrolhos em Nova Viçosa, Bahia



Fonte: Eco Vila Caminho de Abrolhos (2020)

As figuras acima deixam bem clara a intenção comercial de atrelar os empreendimentos à expressão “ecovila”. São utilizados gatilhos visuais que estimulam o imaginário dos que gostariam de ter uma vida próxima da natureza. Esse imaginário será abordado na próxima sessão, com a explicação de um pretense e desejado retorno ao mundo rural, um movimento muito comum na contemporaneidade.

### 3.1 O RETORNO AO MUNDO RURAL: O IDEAL DE FELICIDADE

O movimento de saída do campo com o objetivo de morar em uma cidade grande, com mais oportunidades de trabalho, estrutura educacional, aparatos de saúde, cultura, lazer e informação mais desenvolvidos, sempre foi e continuará sendo um fluxo escolhido por muitas pessoas. Prova disso são os números mais recentes do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2019, que apontam que a população brasileira foi estimada em 210,1 milhões de habitantes, em 5.570 municípios; mais da metade da população, 57,4% ou 120,7 milhões de brasileiros, vivem em 324 cidades com mais de 100 mil habitantes, e atualmente 48 cidades com mais de 500 mil habitantes concentram 31,7% da população do Brasil.

Contudo, o crescimento desenfreado das cidades traz consigo diversos problemas, já discutidos em outras sessões deste trabalho, que acarretam o *stress* e a perda da qualidade de vida. A busca por uma vida mais

tranquila tem levado diversas pessoas a seguirem o caminho contrário da maioria; repensando o melhor local para viver, muitos optam por cidades pequenas ou áreas rurais.

De acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS), qualidade de vida é “a percepção do indivíduo de sua inserção na vida, no contexto da cultura e sistemas de valores nos quais ele vive em relação aos seus objetivos, expectativas e preocupações. Envolve o bem-estar espiritual, físico, mental, psicológico e emocional, além de relacionamentos sociais, como família e amigos, e também saúde, educação, habitação saneamento básico e outras circunstâncias da vida”.

O tema é tão relevante que é tratado na Constituição Federal de 1988, que estabelece no art. 225:

Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao poder público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.

A expressão meio ambiente relaciona-se tanto ao meio ambiente natural quanto ao meio ambiente urbano. Ampliando o conceito de qualidade de vida, Almeida, Gutierrez e Marques (2012, p. 19):

[...] qualidade de vida é uma noção eminentemente humana, que tem sido aproximada ao grau de satisfação encontrado na vida familiar, amorosa, social e ambiental e à própria estética existencial. Pressupõe a capacidade de efetuar uma síntese cultural de todos os elementos que determinada sociedade considera seu padrão de conforto e bem-estar. O termo abrange muitos significados, que refletem conhecimentos, experiências e valores de indivíduos e coletividades que a ele se reportam em variadas épocas, espaços e histórias diferentes, sendo, portanto, uma construção social com a marca da relatividade cultural.

A escolha de viver na zona rural e em cidades pequenas é feita na busca por ter uma vida com mais tranquilidade, mais interações sociais uma característica comum nas pequenas cidades, é poder conhecer e conversar com várias pessoas, ter ajuda de vizinhos e moradores próximos. Outro ponto a ser salientado nesta escolha é a possibilidade de ter contato frequente com a natureza, ter paz, tranquilidade e segurança. São esses critérios que permeiam

o imaginário daqueles que decidem reorganizar as suas vidas em um outro ambiente.

Na matéria publicada no site ACidade ON, de Ribeirão Preto (SP), intitulada “Eles deixaram a loucura da cidade para viver no campo. Conheça histórias de quem abandonou trânsito, poluição e correria para se reconectar com a natureza; o Slow Living <sup>12</sup>é um movimento que atrai cada vez mais gente”, destacam-se dois depoimentos que ilustram o que está sendo discutido. O primeiro é do fotógrafo Vicente Sampaio e o segundo é da funcionária pública Mônica Davi.

“Meu relógio hoje tem 36 horas ou mais, e tédio é uma palavra que desapareceu do dicionário”, diz. “São mil coisinhas diárias para realizar, as plantas, os bichos, a casa e coisas que invento”. (Depoimento de Vicente Sampaio, 2020).

“Vim pra cá pra desacelerar mesmo, estava esgotada do tanto de compromisso que tinha em Ribeirão”. Segundo ela, é preciso determinação para o período de adaptação. “No início, ia para Ribeirão ou São Paulo e voltava com o carro cheio de coisa, sentia falta de alguns produtos que eu costumava comprar no mercado, de comer coisas específicas. Mas isso é uma bobagem, com o tempo essas necessidades vão sumindo”. (Depoimento de Mônica Davi, 2020).

O movimento Slow Living surgiu na década de 1980, na Itália, e tem por meta a busca de uma relação mais harmoniosa do homem com os recursos humanos e naturais, priorizando o resgate das relações através da ideia de conviver com mais afeto e valorizar os vínculos com as pessoas importantes.

O encantamento pelo simples, pelo mais antigo e por velhas práticas remete ao último fenômeno retratado por Zygmunt Bauman, a Retrotopia, que é a busca por um mundo melhor, com ideias e práticas encontradas no passado. Um passado que foi abandonado, mas não extinto, e que sendo ressuscitado pode servir à construção de um caminho melhor para o futuro, com estabilidade, segurança e liberdade garantidas.

---

<sup>12</sup> Um estilo de vida preenchida por significados, realizações e propósitos. Sentir na pele e na alma o Bem-Estar, a serenidade, o Bem Viver.

Bauman afirma que a partir da década de 1990 as pessoas entraram na era dos “re” (reformulações, remisturas, reciclagens, revivalismo, regresso e remakes). É importante revisitar esse conceito porque a vida simples, onde o tempo passa mais devagar, faz parte de um mundo característico do passado.

Eu pretendo dar sequência a esse breve esboço dos meandros mais notáveis da história de quinhentos anos da utopia moderna com um exercício que busca deslindar, retratar e registrar algumas das mais notáveis tendências “de volta para o futuro” no seio da fase “retrotopista” ora emergente na história da utopia – em particular a reabilitação do modelo tribal de comunidade; o retorno ao conceito de um eu primordial/prístino predeterminado por fatores não culturais e imunes à cultura; e a retratação como um todo da percepção hoje vigente (dominante tanto nas ciências sociais quanto entre as opiniões populares) das características essenciais, presumivelmente não negociáveis e *sine quibus non* da “ordem civilizada” (BAUMAN, 2014, p. 14).

Ao falar do retorno ao mundo rural e da busca por uma vida mais simples, torna-se fundamental conceituar, neste caso, “rural”. E o que pode ser denominado como tal, nos dias de hoje? Os conceitos passados do mundo rural estavam atrelados ao sinônimo de atraso, a ser um ambiente apenas agrícola, com falta de recursos educacionais e culturais e pelo marcante êxodo rural.

Em meados da década de 1980, surge uma nova forma de se pensar o rural, já baseada em novas configurações, conforme abordado por José Graziano da Silva (1999), com renascimento, valorização e autoestima do rural. O autor afirma que é possível se observar um “novo rural” baseado em três grandes atividades:

- a) uma agropecuária moderna, baseada em *commodities* e intimamente ligada à agroindústria;
- b) um conjunto de atividades não agrícolas, ligadas a moradias, lazer e várias atividades industriais e de prestação de serviço;
- c) um conjunto de “novas atividades” impulsionadas por nichos especiais de mercado.

Esse “novo rural” é constituído de vários aspectos, que vão de um grande latifundiário a uma família que toca uma pequena propriedade, pessoas que decidem morar em uma fazenda, em uma comunidade ou até mesmo pessoas que criam um negócio de prestação de serviço em território rural.

Da miscelânea de possibilidades surge o que atualmente é chamado de ruralidades, ou seja, as diversas facetas comportamentais, sociológicas e geográficas do mundo rural. Uma ruralidade apresenta muitas situações, modos de vida, construção social e relações interpessoais de diversos atores que constroem esse território rural.

As características que perpassam esse novo rural são importantes neste estudo observar a segunda atividade salientada por José Graziano da Silva (1999), as atividades não agrícolas. Dessas atividades surgem os neorrurais, que podem ser classificados como pessoas que veem o campo como um espaço de oportunidades e estilo de vida. O sentido de rural como apenas agrícola é modificado para encontro com a natureza, tendo assim uma revalorização do espaço rural.

Segundo José Graziano da Silva (1996), existe uma ruralidade que não está baseada na produção agrícola, mas na busca por uma qualidade de vida. O rural passa a ser visto como um local de descanso, fuga dos problemas encontrados nas grandes cidades. Essa nova configuração faz crescer muito o aparecimento de hotéis-fazendas, spas, condomínios horizontais e comunidades alternativas.

Compondo esse papel de neorrural encontram-se os profissionais liberais, aposentados, amantes da natureza e todas as pessoas que decidem abrir mão da turbulência urbana para viver no campo, reconfigurando assim as características e relações no ambiente rural.

Os neorrurais são pessoas que se estabeleceram e viveram boa parte das suas vidas na cidade, mas que em determinado momento se cansaram do ambiente desgastante das grandes cidades e optaram por voltar para o campo e ter uma vida mais saudável.

A vida simples e descomplicada é o principal atrativo para este público que valoriza a qualidade de vida e a relação interpessoal mais fluída. Ao fazer a opção pelo campo abre-se mão de diversas características e rotinas de uma cidade grande, mas será que existe uma completa desconexão e afastamento desta territorialidade urbana? Os neorrurais querem morar ouvindo o canto dos pássaros, mas em sua grande maioria, não abrem mão da internet e de aparatos tecnológicos, ou seja, não esquecem por completo das raízes urbanas.

Um dos objetos de estudo deste trabalho é entender um pouco mais das comunidades alternativas e como elas impactam no imaginário de felicidade das pessoas, observar até que ponto o isolamento no campo é possível, e se de fato cria muros de isolamento, ou se a internet auxilia na expansão dos contatos dessas pessoas com o mundo fora da comunidade. É importante salientar que 84% dos moradores de cidades pequenas têm acesso à internet, o que demonstra que nas comunidades a internet é completamente presente.

A próxima seção aborda de forma descritiva as principais características sociais, econômicas, socioambientais e comunicacionais das comunidades de Campina e Piracanga, onde se fez possível traçar um perfil dessas ecovilas, suas intenções, objetivos e peculiaridades. Como será que as comunidades em estudo se relacionam com o mundo fora do seu território? O isolamento, de fato, é total?

## 3.2 AS COMUNIDADES ALTERNATIVAS NA BAHIA: PECULIARIDADES

### 3.2.1 Comunidade Campina

A Comunidade Campina está localizada no Vale do Capão, próxima ao Parque Nacional da Chapada Diamantina, no município de Palmeiras, no estado da Bahia em uma área de 200 hectares. Foi fundada em 1991 por dois amigos que tinham como principal objetivo viver em harmonia com a natureza, construindo uma vida comunitária e de qualidade.

A propriedade da terra de Campina é uma questão que ainda está em processo de remodelagem. A propriedade, como já informado, foi comprada por duas pessoas e até o exato momento ainda lhes pertence, porém está prestes a ser concluído o processo de criação de uma associação que passará a ter a sua posse e, então, todos os moradores poderão usufruir da terra e de suas benesses.

Hoje, a comunidade Campina é formada por cerca de 20 moradores fixos, a maioria vivendo em casas ecológicas de adobe, sendo este um dos critérios de construção no local. Os moradores enxergam a ecovila como um organismo cheio de vida, com animais, árvores, rios e pessoas, todos vivendo

em comunhão e contribuindo com sua energia vital para compor a energia maior que forma a comunidade Campina.

As decisões na comunidade são tomadas em consenso, levando em consideração todos os pontos de vista; todos os moradores têm voz, mas há uma liderança representada por alguns moradores, para ouvir, discutir e orientar nas tomadas de decisões, buscando sempre um acordo entre as diferentes formas de pensar – algo extremamente enriquecedor ao ser humano – e trabalhando o exercício do consenso.

O processo micropolítico de Campina é feito em dois níveis de decisão: as reuniões semanais com todos da comunidade e os visitantes, onde se discutem as ações e atividades que ocorrerão dentro da semana, e as reuniões mensais, das quais apenas os moradores podem participar. Nessas reuniões mensais discutem-se situações econômicas e são tomadas as decisões mais estratégicas da comunidade. Tudo em Campina é decidido em consenso, e chegar a uma decisão coletiva é bastante complexo. Segundo o senhor Edinaldo Raimundo Silva, um dos líderes da comunidade, “chegar a esse consenso muitas vezes é bastante trabalhoso, só efetivamos uma ação em Campina caso todos estejam a favor”.

A resolução de conflitos se dá em três instâncias: a primeira é a tentativa de os próprios envolvidos no conflito se entenderem, conversarem e sanarem as diferenças; caso isso não seja possível, escolhe-se um mediador para tentar auxiliar na resolução, e se mesmo assim nada for resolvido, parte-se para a terceira e última instância, que é quando a própria comunidade, os próprios moradores devem decidir. Esta decisão é soberana e deve ser acatada, uma vez que tal processo de resolução de conflitos é do conhecimento de todos da comunidade e, inclusive, através dele, alguns integrantes já foram convidados a deixar a comunidade.

É importante observar que problemas de relacionamento e convivência vão acontecer em qualquer relação de sociabilidade e que as comunidades alternativas não fogem à regra. Os conflitos e interesses não se apagam ao entrar em uma ecovila, eles existem e são resolvidos por meio do diálogo e da análise da comunidade.

Algumas regras são importantes na comunidade Campina, questões direcionadas para a utilização dos recursos da natureza de modo sensível e

inteligente. Os resíduos orgânicos são levados para o minhocário e depois são utilizados como adubo na agrofloresta. A urina é armazenada no coletor e misturada com água, em seguida é despejado na composteira e utilizado para biofertilização. Quanto aos outros resíduos sólidos, fazem a separação da seguinte forma: orgânico x inorgânico, seco x molhado, reciclável x dispensável, o papel higiênico é enterrado. Cada morador é responsável por seu lixo, o plástico, o vidro e o metal são levados para a cidade.

Toda a comunidade é iluminada por luz capturada através do sol, as casas são feitas por meio da bioconstrução<sup>13</sup> e a água é proveniente de uma nascente; o fogão é a lenha, faz-se a separação do lixo orgânico, inorgânico, seco, molhado, reciclável e dispensável a alimentação de todos é ovo-lacto-vegetariana<sup>14</sup> e é proibida a utilização de álcool ou qualquer droga sintética.

Como principais objetivos e metas da comunidade é possível citar: a sustentabilidade alimentar, com a utilização das técnicas de permacultura, saúde, educação e produção de energias renováveis. Em Campina existe um centro de pesquisa para desenvolvimento de sistemas agroflorestais, o que oferece à comunidade a autonomia em termos de alimentação, pesquisas em bioconstrução e criação de energias renováveis. Outro ponto muito importante é a preocupação com a educação ambiental, com a criação de remédios naturais, produtos de higiene (pomadas e sabonetes), todos fabricados no herbário da comunidade. Esses produtos são comercializados em toda a região do Vale do Capão e na feira de Palmeiras, constituindo mais uma forma de renda comunitária.

---

<sup>13</sup> Termo utilizado para fazer referência a construções onde a preocupação ecológica está presente, desde a construção até a ocupação.

<sup>14</sup> Alimentação à base de vegetais, ovos, leite e derivados do leite.

Figura 5 – Casa amarela onde fica o herbário e a fabricação de produtos naturais



Fonte: Comunidade Campina (2020)

Figura 6 – Produtos naturais que são fabricados na comunidade e vendidos para geração de renda



Fonte: Comunidade Campina (2020)

Figura 7 – Cozinha comunitária



Fonte: Comunidade Campina (2020)

Figura 8 – Horta com as técnicas de permacultura



Fonte: Comunidade Campina (2020)

A comunidade Campina está aberta <sup>15</sup>à visitação e recebe muitos turistas interessados em compartilhar a experiência de viver, nem que seja por pouco tempo, em uma ecovila. Ao se abrir para visitação, a comunidade consegue obter recurso para sustentar alguns projetos internos, além de replicar as suas crenças por meio de cursos e vivências que são oferecidos em eventos da comunidade.

---

<sup>15</sup> É importante afirmar que durante a Pandemia de COVID 19 a comunidade se manteve fechada para os visitantes.

Quadro 7 - Valores praticados para hospedagem na comunidade

<b>Tipo de estadia</b>	<b>Valor</b>
Alojamento dez dias	R\$ 450,00
Camping dez dias	R\$ 350,00
Diária alojamento	R\$ 60,00
Diária camping	R\$ 50,00

Fonte: autoria própria

Ao visitar a comunidade, os turistas vivenciam todas as experiências e atividades que fazem parte da rotina do local sendo obrigatório o trabalho por 4 horas seguidas. Podendo ser executado na horta, na cozinha, no herbário ou no SAF Sistema Agro Florestal, o que torna o trabalho mais efetivo, pois os ensinamentos são passados e a integração entre moradores e visitantes acontece.

Os visitantes podem se acomodar no alojamento ou no camping, como já informado, e os valores investidos pelos turistas servem como mais uma fonte de renda para a comunidade.

É recomendado que o visitante fique pelo menos dez dias, para que a experiência possa ser ainda melhor, mas é possível pagar a diária quando não se dispõe de tantos dias.

Figura 9 – Casa Verde onde fica a biblioteca comunitária e o alojamento



Fonte: Comunidade Campina (2020)

Figura 10 – Alojamento para os visitantes



Fonte: Comunidade Campina (2020)

A intenção da maioria das comunidades alternativas é a autossustentabilidade, e para a comunidade Campina este é um ponto de muita relevância. Para se manter sustentável, a comunidade atua em diversas frentes: a primeira, já explicitada, é a abertura das instalações para visitantes externos, a fabricação de pomadas e cosméticos naturais, a venda de verduras e hortaliças na feira semanal da cidade de Palmeiras e os cursos e vivências, que são ministrados pelos moradores fixos da comunidade, gerando assim as rendas comunitárias.

Os cursos são divulgados nos meios de comunicação digitais, como o site e as redes sociais Facebook, Instagram e WhatsApp. O trabalho de comunicação é executado por dois moradores fixos da comunidade chamados Rodrigo e Lucas, mas o trabalho de divulgação é feito sem uma sistemática, pois os dois estão envolvidos em outras atividades da comunidade.

Em conversa telefônica com Rodrigo, no início de março de 2021, ele informou que a intenção é sistematizar a comunicação, deixando-a mais fluida e funcional. Também no começo deste mês a comunidade lançou uma campanha colaborativa de arrecadação de fundos, composta de vídeo e de uma atuação mais intensa nas redes sociais.

### 3.2.2 Ecovila de Piracanga

A Ecovila de Piracanga fica a sete quilômetros da cidade de Itacaré, na península de Marau, no litoral sul da Bahia. O acesso a Piracanga não é tão fácil, sendo necessário atravessar o Rio de Contas numa balsa e depois seguir por uma estrada de terra batida.

Figura 11 – Imagem aérea do terreno da Ecovila Piracanga



Fonte: Comunidade Campina (2020)

A comunidade ocupa um espaço de aproximadamente 100 hectares, dos quais 20 são destinados para plantio e construção de moradia e todo o resto é utilizado para regeneração do solo, por meio de práticas agroflorestais<sup>16</sup>. A próxima foto demonstra o terreno em 2001, quando era utilizado para o cultivo extensivo de coco, e depois de 14 anos, já sendo manejado com práticas sustentáveis e agroflorestais.

---

<sup>16</sup> Sistema de plantio sustentável que faz a recuperação de uma floresta.

Figura 12 – Imagem de satélite do terreno em 2001 e depois em 2015



Fonte: Comunidade Campina (2020)

Em menos de uma década, recuperou-se o equivalente a 100 campos de futebol de solo e mata, sendo plantadas mais de 40 espécies de árvores frutíferas. Com a utilização de sistemas naturais de tratamento de água e banheiros secos, a comunidade consegue preservar mais de 8 milhões de litros de água potável livres de contaminação no lençol freático. E mantém uma Área de Preservação Permanente (APP) de 90 hectares, com variedade de plantas e animais silvestres (ECOVILA PIRACANGA, 2020).

No espaço de 20 hectares há 55 casas (até 2020), dentre as quais cerca de 45 estão habitadas por moradores fixos da comunidade, composta de famílias, amigos, casais ou mesmo pessoas sozinhas que saíram de suas cidades ou países para experimentar a vida em Piracanga. Também é possível morar de forma compartilhada, numa casa em que até 20 pessoas podem dividir o espaço, as tarefas e o cotidiano. As demais casas da ecovila pertencem a pessoas que compraram lotes e as construíram para passar férias, feriados ou fins de semana.

A ecovila de Piracanga surgiu de um sonho pessoal de sua fundadora, Angelina Ataíde, que há 20 anos – literalmente – sonhou com um local onde o mar e o rio se encontravam, em que ela poderia viver de forma livre e nadar com golfinhos. Ao conhecer Piracanga, Angelina Ataíde reconheceu o local com o qual havia sonhado e mudou-se com a família para a

Bahia, deixando para trás o centro holístico que tinha em Portugal para tentar uma nova forma de vida, em um outro lugar.

O terreno foi comprado por Angelina e mais seis sócios investidores. Iniciava-se, então, um momento de muito trabalho para construir o que hoje é a comunidade. Angelina contou com a ajuda de muitos nativos para conseguir colocar “de pé” o seu sonho de viver em paz, em equilíbrio com o corpo, a mente e a natureza.

Com o passar do tempo, a comunidade foi tomando forma e sendo povoada por pessoas que compravam lotes do terreno para construir suas casas e poder colocar em prática os ideais comungados com a fundadora da comunidade.

[...] oportuno repetir que as ecovilas são amostras de assentamentos humanos e vida comunitária – não constituem uma “saída” universal. Trata-se de um empreendimento de certa complexidade, fruto de uma opção grupal e comunitária ou de uma filosofia de vida, uma entre tantas que marcam a sociedade ocidental moderna e pluralista. Sob essa ótica, a ecovila é um ideário e uma pedagogia (CAPELLO, 2013, p. 34).

Em Piracanga existem regras bastante rígidas para a construção de casas, todas baseadas em princípios ecologicamente sustentáveis. As construções devem dispor de energia renovável, sistema de biotratamento da água, gestão de resíduos (que passa pela reutilização de material enviado para reciclagem e compostagem), construção em apenas 10% da área do terreno, sem derrubar a vegetação que estiver ameaçada, além da utilização de produtos biodegradáveis.

Muitas pessoas vivem em casas compartilhadas, onde somente os quartos e, às vezes, os banheiros são privativos. Nenhuma residência possui televisão, a maioria delas não possui geladeira, mas a internet e o uso de computadores e notebooks são unânimes; as construções são feitas ~~através de~~ segundo conceitos ecológicos e com a utilização de material de origem natural, como piaçava, adobe e pau-a-pique.

Em Piracanga é proibido o uso de bebidas alcoólicas, substâncias alucinógenas e cigarros. A alimentação de toda a comunidade é de origem vegana e mesmo os visitantes estão proibidos de consumir alimentos de origem animal.

É importante salientar que nem todos que possuem uma casa em Piracanga fazem parte da Comunidade Inkiri, que hoje conta com quase 100 pessoas. Há quem esteja em Piracanga com a intenção de viver perto da natureza e em equilíbrio com ela, mas sem se envolver com as rotinas e práticas do lugar.

Na dimensão social percebe-se uma preocupação em manter a harmonia na comunidade, mas como em qualquer relação de sociabilidade surgem conflitos. Dentro da estrutura de organização da convivência são feitos acordos e pactos, com regras claras, que ajudam a minimizar os conflitos ideológicos e as divergências de opinião. Existe uma liderança dentro da comunidade que auxilia nesta gestão participativa, todas as decisões são tomadas em consenso, por meio de reuniões com os membros da comunidade Inkiri.

A fim de complementar a dinâmica social, são incentivadas as atividades coletivas, como os mutirões para construção, a manutenção de espaços comuns e a participação em reuniões para tratar dos mais diversos assuntos decisórios, a exemplo de partilhas econômicas, novos projetos e dia a dia dos projetos em andamento. Nessas reuniões também são avaliadas as condutas de integrantes da comunidade que por algum motivo infringiram as regras e, conseqüentemente, podem ser convidados a deixar o espaço de convivência.

Ao decidir conhecer Piracanga e seu modo de vida, os visitantes podem se acomodar em cabanas na beira do rio, dormitórios coletivos ou suítes do tipo eco, single, dupla e tripla.

Figura 13 – Imagem da acomodação do tipo cabana na beira do rio



Fonte: Comunidade Campina (2020)

Figura 14 – Imagem da acomodação suíte eco single



Fonte: Comunidade Campina (2020)

A Comunidade Inkiri é um lugar onde tudo gira em torno da transformação do ser de forma integrada – corpo, alma, mente e ambiente externo. Hoje, a comunidade conta com mais de 25 projetos que compõem uma organização comunitária, sem fins lucrativos, chamada Instituto Inkiri. Assim, os recursos movimentados são reinvestidos em atividades que visam a essa almejada transformação.

O Instituto Inkiri se sustenta em alguns pilares importantes, como o autoconhecimento, que busca a transformação interna como forma de mudança do externo; as crianças, que podem no futuro ser agentes de transformação; a comunidade, como possibilidade de conviver com as diferenças, criando laços de união e amizade; a natureza, como chave para a grande transformação, diminuindo os impactos e auxiliando o processo de

regeneração do planeta; a arte, como amplificadora dos dons que expressam novas ideias e formas de sentir o mundo; e a alimentação, capaz de fortalecer o vínculo do ser humano com a natureza, permitindo o equilíbrio com todas as formas de vida.

Todos os anos, o Instituto Inkiri recebe cerca de 2 mil pessoas, de diversas partes do Brasil e do mundo, ávidas para participar dos cursos, retiros, programas, imersões em busca do autoconhecimento e aprofundamento espiritual. A Escola da Aura<sup>17</sup> é um dos mais importantes programas do Instituto e hoje é visto como referência mundial no ensino da técnica.

O Instituto Inkiri conta com diversos projetos abertos à comunidade e aos visitantes que desejem experienciar sua rotina comunitária. Atualmente, concentra cinco grandes projetos: a Escola de Aura, que dissemina as técnicas de leitura de aura e despertar da consciência; a Escola Inkiri, que busca o desenvolvimento integral do ser, despertando o talento das crianças e uma relação de ensino-aprendizagem baseada em autorresponsabilidade, solidariedade e gentiliza. A escola é aberta para a comunidade do entorno de Piracanga, dando a oportunidade de expandir a Pedagogia Inkiri.

Outro projeto importante a ser apresentado é a Universidade Viva Inkiri, um programa voltado para pessoas de 18 a 28 anos. O projeto utiliza a experiência de vida em comunidade com a finalidade de ampliar os talentos e dons das pessoas. O curso pode ser realizado em 2, 3 ou 6 meses de imersão completa na comunidade. A Escola de Serviço Inkiri, que já abarca um outro público, a partir de 28 anos, trabalha a ampliação do autoconhecimento em cerca de dois meses de imersão na comunidade. Outro projeto do Instituto é a Escola da Natureza Inkiri, que recebe pessoas de todas as idades para cursos que podem durar de três dias a três meses, no intuito de contribuir com a gestão ecológica da comunidade.

Além de cursos de longa duração, são oferecidos retiros e cursos rápidos com duração de três a nove dias. Nesta modalidade, observa-se um número maior de visitantes ao longo do ano. É importante salientar que durante

---

<sup>17</sup> A Escola da Aura é a escola da intuição, do autoconhecimento e da espiritualidade de Inkiri Piracanga; é a maior organização de leitura da aura na América Latina, com o propósito de auxiliar no despertar da consciência e evolução espiritual da humanidade.

a pesquisa para esta dissertação o Instituto esteve fechado para cursos de pequena duração por causa da pandemia decorrente da Covid-19<sup>18</sup>.

A economia interna de Piracanga está interligada ao Centro Holístico e todos os seus projetos, ofertando trabalhos diretos e indiretos de atendimento aos turistas e visitantes. Ligados a este centro estão o restaurante, a loja de artesanato e a empresa terceirizada de transportes. Os serviços comunitários e de demandas do centro são as principais fontes de renda dos moradores.

Buscar uma nova forma de viver, regenerativa com o corpo, a mente e o ambiente é a intenção de todos que decidem morar em Campina e Piracanga, sendo o ponto-chave a busca por uma vida mais equilibrada, longe da cidade grande e dos problemas que lhe são inerentes.

Durante a pesquisa feita para este estudo, é importante salientar, mais uma vez, que o mundo foi acometido pela pandemia da Covid-19, o que impossibilitou a pesquisa *in loco*, demandando que todo o trabalho fosse feito exclusivamente com análise de textos, vídeos, sites e redes sociais. De posse dessas ferramentas, foi possível identificar dois principais personagens que compõem as comunidades em estudo.

O primeiro personagem são os moradores fixos da comunidade, pessoas que de fato residem no local e têm sua vida articulada dentro do cenário da comunidade. São pessoas, em sua grande maioria, que deixaram a vida na cidade grande, ou cidades médias, para experimentar a vida em coletividade.

Em Piracanga, hoje vivem mais de 100 pessoas do Brasil e de outros países, sendo possível observar que muitos são oriundos da América Latina, principalmente da Argentina. Observa-se também que boa parte dos moradores é composta de jovens e adultos de até 45 anos, e nas entrevistas e vídeos assistidos é possível identificar um outro aspecto: a maioria é formada por pessoas brancas e com um grau de escolaridade alto.

Muitos dos moradores da comunidade trabalhavam em grandes corporações, em cargos de gestão, e decidiram abrir mão dessa vida para encarar uma outra forma de viver, como é o caso de Aline Casagrande, técnica

---

<sup>18</sup> A Covid-19 é uma doença causada pelo coronavírus, ou SARS-CoV-2, e que atingiu o mundo inteiro no ano de 2020, causando muitas mortes e transformações na vida e nas relações interpessoais.

em Química, 45 anos, de Porto Alegre; e Pedro Camilo, graduado em Marketing.

Pedi demissão, vendi minhas coisas, chamei o marido para vir e ele disse 'está louca?'. Acho que estou, respondi, mas vamos, vamos juntos? Senti que era o propósito e comecei a trabalhar no laboratório, aí tu vai se descobrindo, desapegando de coisas, o que é que tu ganha trabalhando o ano inteiro, pagar conta, ter quinze dias de folga e vir para um lugar como este aqui. Para quê? Pra ti ter dinheiro, um carro bacana, para ti morar num puta de um apartamento (PIRACANGA – Episódio I, O sonho, 2017. Depoimento de Aline Casagrande).

Sempre trabalhei com consumo, trabalhava no varejo, depois fui gerente de marketing para a América Latina, de uma empresa de pesquisa de mercado para consumo, e aí chegou uma hora que eu comecei a perceber que o consumo não fazia muito sentido nem para mim nem 'pro' planeta, e aí comecei a entrar em crise comigo, o que eu estou fazendo e o que eu vim fazer aqui, entrei nessa busca aí. Aí vim para cá e pensei que ia plantar, mas fui fazer o que precisa ser feito, uma área de comunicação, estruturei a equipe, com escritório, com redator, redes sociais, também ressignificando o marketing, colocando esta ferramenta em alguma coisa que expanda, pra ver isto aqui crescer (PIRACANGA – Episódio I, O sonho, 2017. Depoimento de Pedro Camilo).

Com os projetos do Instituto Inkiri, boa parte dos moradores fixos trabalham executando tarefas desses projetos, mas isso não exclui que eles possam executar uma atividade externa à comunidade. Existe a liberdade de ir e vir, quando for necessário.

Em Campina, há uma comunidade menor, que atualmente conta com 20 moradores fixos, a maioria oriunda das grandes cidades. São pessoas com o propósito de experienciar, também, uma vida regenerativa. Em Campina, os moradores fixos têm a obrigatoriedade de trabalhar um turno para a comunidade e nos outros turnos podem exercer outras atividades. De acordo com uma conversa por telefone com o Sr. Edilson, morador fixo de Campina, muitos trabalham como artesãos, músicos e educadores, ou seja, existe a socialização e convivência com a cidade de Palmeiras e a Vila do Capão.

Assim como em Piracanga, percebe-se a necessidade de uma alteração na vida dos moradores de Campina, como se pode observar nos depoimentos de Luiz e Nathan:

Eu e um grupo de amigos chegamos juntos ao Capão e esse grupo resolveu fazer um trabalho conjunto, uma coisa que fizéssemos a

favor da natureza, da vida da gente, das crianças, construir um processo de um mundo melhor e todos nós tínhamos saído desencantados com a cidade e aí este grupo se lançou em 91 para aqui, para esta terra, para construir um processo comunitário e resgatar uma natureza destruída, daí o nosso trabalho é recuperar e gerar alimentos com uma renda comunitária. (JORNAL FUTURA – Comunidade Campina, 2013. Depoimento de Luiz).

Eu vim pela atração de ter descoberto pela internet que existia uma comunidade com uma proposta parecida com a que eu estava procurando; eu estava cursando universidade, Engenharia, via que ali seria apenas trabalho e escritório, saí à procura de um lugar onde existissem pessoas que pensassem parecido, onde eu pudesse me estruturar, pudesse trabalhar junto, acreditando naquele velho sonho da sociedade alternativa, como cantava Raul. Feliz é aquele que confunde trabalho com tempo livre, essa tentativa de quebra de hierarquia, que se harmonize onde todos tenham voz e opiniões respeitadas. (JORNAL FUTURA – Comunidade Campina, 2013. Depoimento de Nathan).

Sou um dos fundadores da comunidade Campina, através de uma busca espiritual, uma busca de uma sociedade mais justa, mais ecológica e equilibrada que eu já tinha desde os meus vinte e poucos anos. Saí de casa com a mochila nas costas, cheguei na Chapada Diamantina e encontrei um grupo de pessoas que tinha os mesmos ideais. No início, encontramos muitas barreiras e obstáculos, muitas delas ligadas à natureza humana mesmo. Mas depois foi possível fazer uma sociedade diferente, e Campina me fez ver que é possível viver fora da loucura da cidade grande e que é possível viver de forma agradável. No nosso princípio de vida decretamos o fim do estresse, nossa forma de vida é a alegria, a tranquilidade e a espontaneidade fazem parte do dia a dia. Aqui não ficamos correndo atrás do dinheiro, o dinheiro é uma coisa que a gente usa, temos os processos simples e básicos para conseguir, mas corremos atrás de outras coisas, como se entender, procurar compreender mais o outro, como viver de forma mais ecológica e equilibrada. São essas coisas que a gente busca aqui. O dinheiro de fato não é mais importante, ele não é o Deus que devemos adorar. É isso que propagamos aqui, para todas as pessoas que chegam aqui. A vida simples, as coisas simples e as relações humanas é o que buscamos aqui, a compreensão do outro como parte de si mesmo. (CAMPINA –, 2020. Depoimento de Edilson Raimundo Silva).

Os quatro depoimentos acima corroboram com a ideia de que ao decidir morar em uma comunidade abre-se mão de uma vida pautada em consumo e bens materiais. Os quatro personagens deixam claro que esta foi uma escolha acertada e casada com as suas intenções enquanto seres humanos, ante a ideia de uma vida feliz, do retorno à terra, a uma vida simples, que constroem os ditames de Bem-Estar em comunidades alternativas. Mas é importante questionar se existe uma ruptura total com a vida urbana e suas principais características.

Os personagens descritos e apresentados podem ser caracterizados como os neorrurais discutidos na seção 3.1 deste capítulo, pois caracterizam-se por indivíduos que decidem romper com alguns pontos problemáticos da cidade em troca de uma vida mais simples e próxima da natureza, porém não se desvinculam totalmente das tecnologias e ferramentas presentes na cidade. Quase todos os moradores continuam em contato com o meio urbano, principalmente através da internet, das redes sociais e afins. Outra característica fundamental para afirmar essa conexão dos moradores fixos com os neorrurais é a criação de atividade específicas com a intenção de gerar renda.

Nas duas comunidades existem atividades econômicas que são realizadas para ajudar no sustento dos projetos de Campina e Piracanga, sendo trabalhos novos e feitos para nichos especiais de mercado, como cursos, palestras, vivências, alimentação e cosméticos naturais e veganos.

É exatamente desses nichos que surge o segundo personagem que se relaciona com as comunidades de Campina e Piracanga, pessoas que moram nas grandes cidades, mas que praticam uma vida mais saudável, sustentável. Pessoas que possuem afinidade com assuntos relacionados a ecologia, conservação e que buscam a felicidade através da espiritualização e o equilíbrio entre mente, corpo e espírito.

Vive-se um momento muito delicado, onde a ansiedade impera e a tensão dos que vivem em grandes cidades é eterna, por isso, observa-se o aumento da procura por terapias holísticas e formas para a desaceleração. Ambientes como Campina e Piracanga, em sintonia com essa busca, tornam-se locais ideais para pessoas que, com recurso financeiro, procuram válvulas de escape para uma rotina desgastante.

É importante frisar que tais pessoas não rompem definitivamente com o ambiente urbano, e nem é esta a intenção. A busca é por um momento de alívio e autocura. São pessoas que leem, se interessam pelo assunto do equilíbrio entre mente e corpo, tão falado e divulgado pela mídia. São diversos sites, redes sociais que promovem esta temática, gerando expectativa e vontade de conhecer os trabalhos de autoconhecimento que são ministrados nas comunidades em estudo.

Durante a pesquisa foi possível observar que quase todas as pessoas que visitam, passam um tempo ou fazem os cursos em Campina ou Piracanga se inteiram das atividades e buscam informações na internet, especialmente nas redes sociais. Qual será a real importância dos meios de comunicação para as comunidades de Campina e Piracanga? Como esses meios digitais ajudam na formação do imaginário do Bem Viver e da felicidade?

#### 4 MEIOS DE COMUNICAÇÃO E A CONSTRUÇÃO DE IMAGINÁRIOS

A importância dos meios de comunicação na sociedade é inquestionável. É através deles que as informações são intermediadas, os produtos são publicizados e um diálogo de mão dupla é aberto com o público-alvo. O estudo da comunicação, seus efeitos e características começaram a acontecer a partir do século XX, momento em que a comunicação de massa potencializa seu poder.

É importante abrir um espaço neste estudo para falar dos teóricos da Escola de Frankfurt, que pesquisavam e faziam críticas severas à cultura de massa implantada pelos meios de comunicação e que, para estes, eram meios de manipulação e alienação do sujeito. De acordo com Adorno<sup>19</sup>, o termo Indústria Cultural era utilizado como a mercantilização da cultura, observando-se a criação em série das produções e de artigos simbólicos, algo com menor valor que o erudito, restando apenas uma arte manufaturada e feita em grande escala para agradar a uma classe menos esclarecida. A alienação e a passividade eram pontos-chave na sociedade que absorvia essa produção.

[...] a atrofia da imaginação e da espontaneidade do consumidor cultural não precisa ser reduzida a mecanismos psicológicos. Os próprios produtos paralisam essas capacidades em virtude de sua própria constituição objetiva. São feitos de tal forma que sua apreensão adequada exige, é verdade, presteza, dom de observação [...], mas também de tal sorte que proíbem a atividade intelectual do espectador, se ele não quiser perder os fatos que desfilam velozmente diante de seus olhos (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 114).

Os pensadores de Frankfurt aceitam o poder das mídias de massa e, ao mesmo tempo, desvalorizavam a qualidade dessas produções, a partir de um conceito calcado na ideia de que toda a cultura de massa é ideológica e manipuladora. Para esses estudiosos, existia uma grande passividade do público consumidor de tais produções, feitas para as massas, não havendo novidade, sendo tudo produzido para agradar a um público que não pensava e

---

<sup>19</sup> Theodor Ludwig Wiesengrund-Adorno foi um filósofo, sociólogo, musicólogo e compositor alemão. É um dos expoentes da chamada Escola de Frankfurt (EBIOGRAFIA, 2021).

não construía juntamente com aquelas manifestações, portanto, uma ação unilateral.

Na década de 1960, surge uma corrente de pesquisadores sediados na Escola de Birmingham que formam um Centro de Estudos Culturais Contemporâneos. Esses estudiosos refutam a ideia da unilateralidade da mídia de massa e buscam um novo campo de visão, desmistificando a ideia de cultura superior e inferior. Cria-se, então, uma teoria multidisciplinar em que se observa a interação entre a cultura e os meios de comunicação.

São estudos que reconhecem a intencionalidade da dominação por parte das Indústrias Culturais, porém, partem do entendimento de que existem diversos elementos que intermediam tais intencionalidades, o que pode fazer essa dominação acontecer ou não. Reconhecendo que os emissores não são tão potentes e dominadores do processo de comunicação, há uma intervenção do receptor, não negando e nem subestimando o poder da mídia.

O que os une é uma abordagem que insiste em afirmar que através da análise da cultura de uma sociedade – as formas textuais e as práticas documentadas de uma cultura – é possível reconstituir o comportamento padronizado e as constelações de idéias compartilhadas pelos homens e mulheres que produzem e consomem os textos e as práticas culturais daquela sociedade. É uma perspectiva que enfatiza a “atividade humana”, a produção ativa da cultura, ao invés de seu consumo passivo (STOREY, 1997, p. 46).

Para os estudos culturais, a cultura é uma ação heterogênea e com diferenciações, ou seja, não é simplesmente sapiência passiva e recebida, ela é criada e cheia de movimento e ações. A cultura é feita de construções sociais e manifestações que são concebidas com as atitudes e o viver propriamente dito, fruto da percepção da realidade e das vivências. Esses estudos não deixam de lado a noção de que existe uma luta pelo poder, construído por dominantes e dominados, mas é destacado que os códigos culturais criam a identidade do receptor, surgindo uma relação de mão dupla: Ouvir, interpretar e dialogar.

Os estudos latino-americanos também contribuem muito para a percepção da comunicação massiva e as suas consequências para a sociedade. Dentre esses estudiosos destaca-se Jesús Martín-Barbero (2000), que preconizava que o estudo da comunicação deveria migrar seu foco dos

meios para as mediações, corroborando com a ideia da não passividade frente às mídias massivas, como explicitado abaixo:

Eu, desde o começo, por intuição, me opus à visão hegemônica, norte-americana, de estudar os efeitos dos meios. Eu não negava a importância dos meios, mas dizia que era impossível entender a importância, a influência nas pessoas, se não estudássemos como as pessoas se relacionavam com os meios. O que eu comecei a chamar de mediações eram aqueles espaços, aquelas formas de comunicação que estavam entre a pessoa que ouvia o rádio e o que era dito no rádio. [...] Mediação significava que entre estímulo e resposta há um espesso espaço de crenças, costumes, sonhos, medos, tudo o que configura a cultura cotidiana (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 154).

Em vez de focar a preocupação nos meios e em suas peculiaridades, era necessário pensar nas mediações, nos processos culturais, sociais e econômicos que enquadravam tanto a produção quanto a recepção das mensagens da mídia. Martín-Barbero não nega a importância dos meios de comunicação para a construção dos símbolos, signos e percepções na sociedade, mas ele não concebe a possibilidade da não intervenção das pessoas frente ao que é passado por esses meios. O ser humano não é uma folha em branco, ele é construído de cultura, relações sociais, costumes, crenças, situações que o tornam único e que transformam a ação dos meios de comunicação diferentemente em cada pessoa. Essas intervenções e interpretações representam a mediação estudada pelo autor.

As mediações instalam-se a partir das experiências, ideologias compartilhadas entre o indivíduo, organização e sociedade, trazendo assim as diversas interpretações do sujeito. As mediações interferem na construção do real porque o sujeito pode estar sob a orientação da mediação dos meios de massa e, ao mesmo tempo, estar sob a influência de outras situações mediadoras, como cultura e experiências cognitivas.

[...] as interações mediadas implicam o uso de um meio técnico (papel, fios elétricos, ondas eletromagnéticas, etc.) que possibilitam a transmissão de informação e conteúdo simbólico para indivíduos situados remotamente no espaço, no tempo, ou em ambos. [...] Os participantes não compartilham o mesmo referencial de espaço e de tempo e não podem presumir que os outros entenderão expressões denotativas (THOMPSON, 2008, p. 78-79).

Os símbolos, segundo Thompson, são diariamente interpretados pelos indivíduos. Assim, os consumidores da cultura massificada não seriam apenas receptores que aceitam o contato superficial com as imagens sem ter o direito de transformá-las ou interagir com elas. Com esses estudos, afirma-se que existe um público ativo que produz junto com as mídias.

Um outro pensamento acerca das possíveis intervenções da mídia no processo de comunicação foi estudado por Raymond Williams, que rejeita o determinismo de McLuhan<sup>20</sup> afirmando que as mídias não podem ser encaradas como tecnologias determinadas, haja vista que vários fatores envolvidos, como o histórico social, a distribuição de poder e as relações de tamanhos de grupos exercem pressões, mas não controlam totalmente as atividades complexas desses meios.

O que Williams analisou em seu estudo, que deu origem ao livro *Televisão: tecnologia e forma cultural*, tem como foco o advento do meio televisão e as suas influências e transformações na sociedade, o que pode ser observado hoje pelo modo como variados tipos de mídia são utilizados na informação, análise, educação e discussão, desembocando em novas formas culturais. Os meios de comunicação surgem para atender a demandas sociais, políticas e econômicas, caracterizando esta relação como algo a serviço de causas e bandeiras que aos poucos auxiliam na formação de imaginários, hábitos sociais e padronizações de costumes, conforme se observa no trecho abaixo:

Tal interpretação seria diferente do determinismo tecnológico, pois recuperaria a intenção para o processo de pesquisa e desenvolvimento. A tecnologia seria considerada algo perseguido e desenvolvido com certos propósitos e práticas já em mente. Ao mesmo tempo, a interpretação diferiria da tecnologia sistemática, pois esses propósitos e práticas seriam vistos como diretos: como necessidades sociais conhecidas, propósitos e práticas para os quais a tecnologia não é periférica, mas central (WILLIAMS, 2016, p. 27-28).

---

<sup>20</sup> Herbert Marshall McLuhan foi um destacado educador, intelectual, filósofo e teórico da comunicação canadense. Uma das ideias mais populares de **McLuhan** é a de que “o meio é a mensagem”. Em palavras simples, o teórico buscava propor que os meios de comunicação eram uma extensão do corpo humano, formando mensagens (OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA, 2021).

Das ligações entre comunicação e cultura onde entende-se que cultura não pode ser compreendida sem ter como referência a sociedade e as práticas sociais de grupos e indivíduos. O entendimento dos meios deve perpassar a ideologia do meio e do público e sim de uma unidade entre estes dois elementos que juntos compõem o entendimento da verdadeira questão ligada à mídia.

O pensamento de Williams remete aos meios como tecnologia e forma cultural, como fenômenos que têm natureza flexível e dispersa, sendo a construção dessas mídias não apenas de base tecnológica, mas também sociotécnica, aproximando a cultura e a tecnologia, dando origem à tecnocultura. A partir deste pensamento é possível analisar a comunicação na contemporaneidade, já que se vive individualmente, porém sempre compartilhando as tecnologias para lidar com problemas, questões e necessidades, em alinhamento com afetos, valores e práticas sociais. A Tecnocultura chama o sujeito a olhar para as dinâmicas sociais e suas simbologias.

Apesar do distanciamento temporal dos estudos culturais com a era digital, é possível perceber que estes já traziam pontos de vista importantes, principalmente no tocante à possibilidade de interagir, de fundir os conceitos culturais arraigados no sujeito e a mediação com os meios. O homem, como um ator social, mantém uma relação bilateral com a mídia, sendo influenciado por ela e ao mesmo tempo influenciando-a.

A revolução tecnológica impulsionou a criação e implantação das mídias de massa que se encontram presentes até os dias atuais, meios estes que assumem um papel fundamental no direcionamento do comportamento, da moda e do consumo.

A mídia é caracterizada como uma ferramenta com o poder de formar a opinião pública, criar imaginários na medida em que dita conceitos, modas e tendências, interferindo nos processos de decisão do homem. Ainda seguindo este pensamento, Lucia Santaella traz sua contribuição sobre o poder dos meios de massa e as transformações na cultura e na sociedade:

Quaisquer mídias, em função dos processos de comunicação que propiciam, são inseparáveis das formas de socialização e cultura que são capazes de criar, de modo que o advento de cada novo meio de

comunicação traz consigo um ciclo cultural que lhe é próprio e que fica impregnado de todas as contradições que caracterizam o modo de produção econômica e conseqüentes injunções políticas em que tal ciclo toma corpo (SANTAELLA, 2003, p. 23).

Os meios de comunicação, muito mais que o cotidiano, proporcionam vivências estéticas e fáticas, produzindo assim um discurso narrativo, pois é notório que esses meios, para além do discurso, recriam mitos por meio de textos, imagens, sons e movimentos que constroem uma simbologia e, muitas vezes, permeiam o imaginário das pessoas.

Dentro do processo da midiaticização é possível observar a transformação de uma imagem em símbolo, que quando compartilhada nas interações entre receptor e emissor concede a este último uma grande importância na construção da realidade. Um dos objetivos deste estudo é perceber como esses meios, impressos, eletrônicos e digitais conseguem interferir no imaginário dos receptores, aguçando seus desejos e o senso de felicidade. Esta análise será aprofundada nas próximas seções, mas é importante já trazer os conceitos de mídia enquanto formadora de narrativas e simbologias, como retratado no trecho abaixo, de BUENO:

Os meios de comunicação são produtores e, ao mesmo tempo, reflexos de visões de mundo que coexistem na sociedade. Estes modos de ver o mundo perpassam seus discursos e são expressos não apenas através da linguagem escrita, como também pelas imagens veiculadas por eles. O discurso é a materialização das formações ideológicas, sendo, por isso, determinado por elas. (BUENO, 2002, p. 37)

Esse processo de formação ideológica está associado a um trabalho de midiaticização que culmina na garantia de construções de símbolos que circulam em revistas, jornais, televisão e, principalmente, redes sociais, ponto primordial deste estudo. Nos referidos meios de comunicação constata-se a força das imagens, que sobrevivem e reverberam além do momento de sua veiculação. Forma-se, então, o imaginário, que segundo Walter Benjamin (1987) pode ser chamado de “aura”, uma matriz, uma atmosfera, ou a construção mental de um povo.

Ainda complementando o conceito de imaginário, pode-se dizer que é o estado de espírito que une um povo, uma forma de olhar coletivo e que entra em sintonia com o que se espera e imagina das coisas. Um mosaico de

ideias atrelado à razão sensível ligados por outros conhecimentos, como a sensibilidade, presente nas religiões, nas artes e no senso comum. É esse imaginário mais especificamente que constrói a felicidade que se está buscando compreender neste estudo. Como imagens e textos podem mexer e motivar esses imaginários.

O pensamento simbólico não é uma área exclusiva da criança, do poeta ou do desequilibrado: ela é consubstancial ao ser humano; precede a linguagem e a razão discursiva. O símbolo revela aspectos da realidade – os mais profundos – que desafiam qualquer outro meio de conhecimento. As imagens, os símbolos e os mitos não são criações irresponsáveis da psique; elas respondem a uma necessidade e preenchem uma função: revelar as mais secretas modalidades do ser. Por isso, seu estudo nos permite melhor conhecer o homem, “o homem simplesmente”, aquele que ainda não se compôs com condições da história. Cada ser histórico traz em si uma grande parte da humanidade anterior à História (ELIADE, 1991, p. 8).

A vida moderna é permeada pelos apelos das mídias construtoras de imaginários, especialmente as eletrônicas, fomentadas pela internet. Vive-se um momento em que não se consegue mais separar a mídia das instituições culturais e sociais. Tudo está engendrado em um verdadeiro labirinto de causas e efeitos que a mídia constrói na sociedade contemporânea. O que afirma Castells:

A aceleração e barateamento de tecnologias da informação e dos meios de transporte proporcionaram novas apropriações do espaço e do tempo. Com isso, vemos surgir dimensões que permitem hibridismos, colocam em contato outras culturas, criam novas formas de estar junto, de gerar acontecimentos, fazem brotar comunidades desconectadas com o entorno geográfico. O centro passa a ser uma categoria móvel, podendo assumir diferentes lugares a cada momento e a cada reordenamento dos elementos do mundo. Paradoxalmente à ideia de total globalizante, ganha ênfase uma autonomia das partes, o fatiamento, a segmentação de elementos, uma multiplicidade maior dentro de um mesmo grupo, uma noção de identidade fragmentada e formada por recortes. Idas e vindas marcam o descompasso de uma atualidade ondulatória. Tráfegos que se cruzam, interdisciplinaridades e interconexões são aspectos importantes para perceber o tempo presente (CASTELLS, 1999, p. 45).

Hoje, as instituições e as pessoas não podem mais se dar ao luxo de não usar as mídias, afinal, elas se tornaram parte integral do funcionamento dessas instituições, submetendo-se a sua lógica e impacto. Não se pode negar

que a mídia é parte do tecido da sociedade e da cultura. Desse modo, é necessário o entendimento de como os meios de comunicação são utilizados e processados pelos emissores e receptores. A consequência é a criação do conceito de midiatização, utilizado como principal entendimento sobre a relação intensa entre mídia, cultura e sociedade.

Por midiatização da sociedade, entendemos o processo pelo qual a sociedade, em um grau cada vez maior, está submetida a ou torna-se dependente da mídia e de sua lógica. Esse processo é caracterizado por uma dualidade em que os meios de comunicação passaram a estar integrados às operações de outras instituições sociais ao mesmo tempo em que também adquiriram o status de instituições sociais em pleno direito. Como consequência, a interação social – dentro das respectivas instituições, entre instituições e na sociedade em geral – acontece através dos meios de comunicação (HJARVARD, 2012, p. 64).

Os movimentos culturais, as tendências e megatendências são orquestrados pela mídia; os meios de comunicação criam dependência nas instituições e nos processos sociais, assim como se tornam instituições de muito poder ao pautar agendas de discussão que transformam a sociedade e o dia a dia. Desta forma, a mídia tem papel fundamental no tratamento de temáticas que a partir de diferentes pontos passam a ser pano de fundo de diversas discussões.

Os efeitos que os meios de comunicação e a mídia acarretam na vida do sujeito, ponto trabalhado no Capítulo 1, aborda a cultura do espetáculo, da necessidade de estar presente nas redes e no poder que estas possuem diante da criação de símbolos e signos que vão formando o imaginário. A mídia pinta cenários, constrói padrões e permite que o homem contemporâneo auxilie nessas criações, trazendo de volta os conceitos estudados pelos autores dos estudos culturais, nos quais a mídia é feita a quatro mãos: ela apresenta, ela expõe, mas o sujeito contemporâneo coproduz.

Hoje observam-se os “prossumidores”, um novo perfil de consumidores dos meios digitais que não consomem passivamente opiniões, produtos e serviços, têm como característica a produção de conteúdo, a relação ativa com as redes, interagindo, fomentando discussões e, muitas vezes, tendo um papel relevante dentro dos meios de massa digitais. Reforçando este conceito, Isabel Orofino:

Parece-nos fundamental dedicar uma atenção à emergência de novas condutas por parte do público receptor na medida em que, além de consumidores potencialmente ativos, tornam-se também produtores de novas narrativas em grande maioria realizadas com equipamentos, amadores e custos muito baixos, porém com muita visibilidade na internet (OROFINO, 2011, p. 171).

Esse fenômeno surge com a transformação da comunicação e do papel do público, que abandona o papel de mero receptor para assumir conjuntamente o de produtor, com a possibilidade de diálogo, interatividade, crítica, colaboração e engajamento, criando um ecossistema comunicacional.

As mídias digitais criam novos canais de propagação do espetáculo apoiada pela a internet e utiliza a alta tecnologia como meio de promoção, reprodução, assim como de circulação e venda de produtos, usando a multimídia e tecnologias avançadas para impressionar os consumidores. O espetáculo está presente nas formas de entreter as massas e, assim, o ciberespaço transforma-se no grande palco para a oferta da fantasia, do sonho moldando os pensamentos e comportamentos.

As imagens perfeitas, alteradas por filtros e sistemas de edição são potencializadas e disponibilizadas pela multimídia com a intenção de exercer um fascínio. Não só imagens como vídeos aguçam sentimentos e desejos. Às vezes, torna-se inevitável não sentir vontade de ser tão feliz quanto aquele sujeito que acorda todos os dias com o melhor sorriso do mundo, no local mais arborizado e ao lado de um parceiro incrível. É assim que os indivíduos vão absorvendo os padrões, adquirindo comportamentos e criando concepções de vidas imaginárias. Kelner chancela o poder das mídias na seguinte passagem:

Aos indivíduos de nossa época ela (a cultura da mídia) fornece imagens daquilo que é apropriado em termos de modelos sociais, comportamentos sexuais, estilo e aparência. Assim, fornece recursos para a formação de identidades e apresenta novas formas de identidade nas quais a aparência, o jeito de ser e a imagem substituem coisas como a ação e o compromisso na constituição da identidade, daquilo que alguém é. Houve tempo em que a identidade era aquilo que se era, aquilo que se fazia, o tipo de gente que se era [...]. Hoje em dia, porém, ela é aquilo que se aparenta, a imagem o estilo e o jeito como a pessoa se aparenta (KELLNER, 2001, p. 33).

Nas mídias sociais digitais se vive uma representação da realidade, apresentando-se sempre a perfeição, como fotos de pessoas felizes, mesmo

quando elas estão, verdadeiramente, muito tristes. Os aparatos tecnológicos fazem com que esses sujeitos saiam do seu estado natural e passem a viver uma vida inventada e sem defeitos.

Os meios de comunicação são guiados por uma espécie de lógica semiótica e sua influência central consiste em que eles submetem toda comunicação e todo discurso a um único código dominante: “O que é midiaticizado não é o que sai na imprensa diária, na televisão ou no rádio: é o que é reinterpretado pela forma do signo, articulado em modelos e administrado pelo código” (Baudrillard, 1994: 175f). Essa teoria do simulacro leva Baudrillard a concluir que o mundo simbólico dos meios de comunicação substituiu o mundo real.

Nesta passagem a um espaço cuja curvatura já não é a do real, nem a da verdade, a era da simulação inicia-se, pois, com uma liquidação de todos os referenciais – pior: com a sua ressurreição artificial nos sistemas de signos, material mais dúctil que o sentido, na medida em que se oferece a todos os sistemas de equivalência, a todas as oposições binárias, a toda a álgebra combinatória. Já não se trata de imitação, nem de dobragem, nem mesmo de paródia. Trata-se de uma substituição no real dos signos do real, isto é, de uma operação de dissuasão de todo o processo real pelo seu duplo operatório, máquina sinalética metaestável, programática, impecável, que oferece todos os signos do real e lhes curto-circuita todas as peripécias. O real nunca mais terá oportunidade de se produzir – tal é a função vital do modelo num sistema de morte, ou antes de ressurreição antecipada que não deixa já qualquer hipótese ao próprio acontecimento da morte. Hiper-real, doravante ao abrigo do imaginário, não deixando lugar senão à recorrência orbital dos modelos e à geração simulada das diferenças (BAUDRILLARD, 1981, p. 9).

Os simulacros e a simulação não acompanham a realidade. Eles não ficam presos a ela, o que caracteriza o ilusório. Exemplos de simulacros estão diretamente ligados à publicidade, sendo o marketing responsável pela reprodução das imagens, pela superexposição e pela sua saturação.

A importância dada aos signos e às imagens, muitas vezes, é maior que o próprio produto, já que o grande feito da publicidade é vender o efeito do produto, normalmente desconstruindo a noção original do produto. Essa estética perfeita, produzida pela publicidade, tendo como cúmplice os meios de comunicação de massa, fascina, manipula e inebria o sujeito. As mercadorias tornam-se troféus que auxiliam no encontro do bem-estar e da felicidade, como já trabalhado no Capítulo 1.

Na vida contemporânea, a ditadura da felicidade está posta, e não ser feliz é quase um reconhecimento de fracasso. As mídias digitais são grandes propagadoras de padrões que devem ser seguidos a todo custo. As pessoas projetam seus sonhos, anseios e desejos nos símbolos impregnados nas redes sociais. Busca-se nas redes aquilo que é atraente, que faz parte dos sonhos mais profundos, às vezes nem tão profundos. Ser feliz, hoje, requer um esforço muito grande, deve-se esconder as mazelas e colocar um filtro muito interessante naquilo que se quer mostrar.

As redes sociais são grandes aliadas na demonstração do *homo sapiens feliz*, afinal é possível escolher o melhor ângulo, usar a melhor foto e aplicar o filtro mais adequado. Tudo isso requer um esforço muito grande, uma eterna vigilância para que nada saia do controle.

#### 4.1 COMUNIDADES ALTERNATIVAS EM REDES: IMAGENS DE FELICIDADE

Ao se falar da vida em um ambiente on-line é possível perceber que os sujeitos presentes nesses ambientes constroem as próprias narrativas, feitas a partir de suas postagens. Tal fato só ocorre porque os indivíduos em sociabilidade exercem papéis sociais e interagem com outros personagens, e na construção dessa sociabilidade, através de suas ações nas redes sociais digitais, buscam a aprovação daqueles que julgam fazer parte desse ciclo social.

Aprovação é um ponto muito importante a ser discutido quando se estuda a sociabilidade que ocorre dentro de uma rede social digital. O *homo sapiens feliz* está sempre em busca de um like, uma curtida, de um sinal de que sua narrativa, seu discurso, tem aceitação e é compartilhado.

Esse sujeito midiaticizado é ator, narrador e ao mesmo tempo personagem de si mesmo (SIBILA, 2008). É a partir do compartilhamento das histórias da vida cotidiana que consegue agrupar suas vivências e se formar enquanto sujeito digital, com suas preferências, peculiaridades, desejos e imaginários. Nas redes, o homem compõe a sua vida através das suas exposições, que vão dando lastro para que ele, de fato, exista. Na vida

contemporânea o sujeito só tem a chancela do existir se estiver em conexão com os ambientes digitais e interagindo com eles.

Cultura digital tem sua origem na apropriação social da informática na segunda metade dos anos 1970. A criação de uma rede digital aberta, plural e democrática foi resultado da ação de visionários que defendiam a liberdade, a inovação e a criatividade. A internet é, certamente, a mais importante infraestrutura de comunicação jamais criada pelo homem, uma rede mundial descentralizada que ampliou de forma inédita a democratização do conhecimento e a liberdade de circulação da informação pela liberação da emissão, conexão generalizada e reconfiguração social (cultural, política, econômica). (LEMOS, 2019).

Para que essa existência aconteça, o indivíduo precisa pensar formas de representar o seu eu a outras pessoas, criando um personagem que tenha uma boa imagem e possa impressionar o outro. E como sempre faz algo buscando a aprovação e a admiração do outro, precisa deixar de lado as mazelas e mostrar constantemente seu lado positivo e “colorido”.

Na esfera digital, o que é privado se torna público. As postagens são decididas pelo usuário, que mostra apenas o que deseja, a fim de conseguir um julgamento adequado às suas expectativas. Esta forma de comportamento digital se aplica tanto a sujeitos quanto a empresas, pois ambos publicam conteúdos que desenham o seu modo de ser e as suas crenças.

É através do compartilhamento de vídeos, fotos, mensagens e dos mais diversos tipos de publicações que o sujeito vai construindo seu perfil social e permitindo o acesso livre para esse conteúdo por quem se interessar. Neste cenário as pessoas vivem “na procura de exteriorizar a vida privada e tornar público a vida íntima na expectativa de informar a sociedade da felicidade plena existente no foro íntimo de cada indivíduo (PEREIRA, 2015, p. 4).

As tecnologias que alimentam o ecossistema digital são um reflexo das necessidades do homem; são criadas, executadas e o tempo inteiro atualizadas para estarem a serviço de uma sociedade, para chancelar as atitudes e os anseios desses sujeitos, como afirma Sibila (2016, p. 25):

Pois não são os aparelhos que causam mudanças nos modos de ser, como costuma se afirmar com excessiva irreflexão; mas, ao contrário, parece evidente que os artefatos técnicos são resultado de processos históricos bem complexos, que envolvem uma infinidade de fatores socioculturais, políticos e econômicos. Nesse sentido, as tecnologias são inventadas para desempenhar funções que a sociedade de

algum modo solicita e para as quais carece das ferramentas adequadas.

Com o explicitado na fala de Sibila, as tecnologias não surgem sem objetivos; na verdade elas fazem parte de um planejamento, executado por seus idealizadores, a fim de preencher lacunas necessárias, sendo muitas vezes usadas para o bem ou para o mal, criando situações que auxiliam os internautas, com informações, trocas, diálogos ou, em alguns casos, trazendo uma mensagem negativa, gerando desconfortos e vulnerabilidades no sujeito, parte integrante do jogo.

Uma técnica não é nem boa nem má [...] tampouco neutra [...]. Não se trata de avaliar seus “impactos”, mas situar as irreversibilidades às quais um de seus usos nos levaria, de formular os projetos que explorariam as virtualidades que ela transporta e de decidir o que fazer dela (LÉVY, 1999, p. 26).

De acordo com o que foi discutido até o momento, percebe-se que a internet pode ser considerada um dos mais importantes arquivos de experiências e manifestações de emoção, sendo os canais de distribuição das mensagens formados por diversos blogs e sites, pelo Youtube, Instagram e Facebook. Nesse ecossistema digital percebe-se o florescimento de performances, testemunhos emotivos, indignações, consumidores satisfeitos e insatisfeitos, toda uma pluralidade de discursos.

É importante abrir um espaço para caracterizar as principais ferramentas de atuação nas redes sociais, e dentre as ferramentas disponíveis o Instagram e o Facebook exercem grande influência no Brasil, motivo pelo qual serão descritos de forma panorâmica neste estudo.

Ao longo das últimas duas décadas, a rede mundial de computadores tem dado à luz um amplo leque de práticas que poderíamos denominar “confessionais”, pois permitem a qualquer um dar um testemunho público e cotidiano de quem se é. Milhões de usuários de todo o planeta – gente considerada comum, como eu ou você – têm se apropriado das diversas ferramentas disponíveis on-line, que não cessam de se expandirem, e as utilizam para expor publicamente aquilo que algum tempo atrás teria sido protegido por fazer parte da intimidade (SIBILIA, 2016, p. 52).

Segundo dados do Ibope 2020, o Brasil é o país que mais está conectado às redes sociais em toda a América Latina. Cerca de 88% da

população brasileira acessa o YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, Pinterest e LinkedIn. A faixa etária mais conectada é formada, surpreendentemente para alguns, por adultos com mais de 45 anos (27%). Na sequência aparecem as pessoas de 25 a 34 anos (25%). Grande parte dos acessos em nosso país tem sido feita por meio de dispositivos móveis. São mais de 68 milhões de brasileiros que usam exclusivamente seus celulares para navegar nas redes sociais.

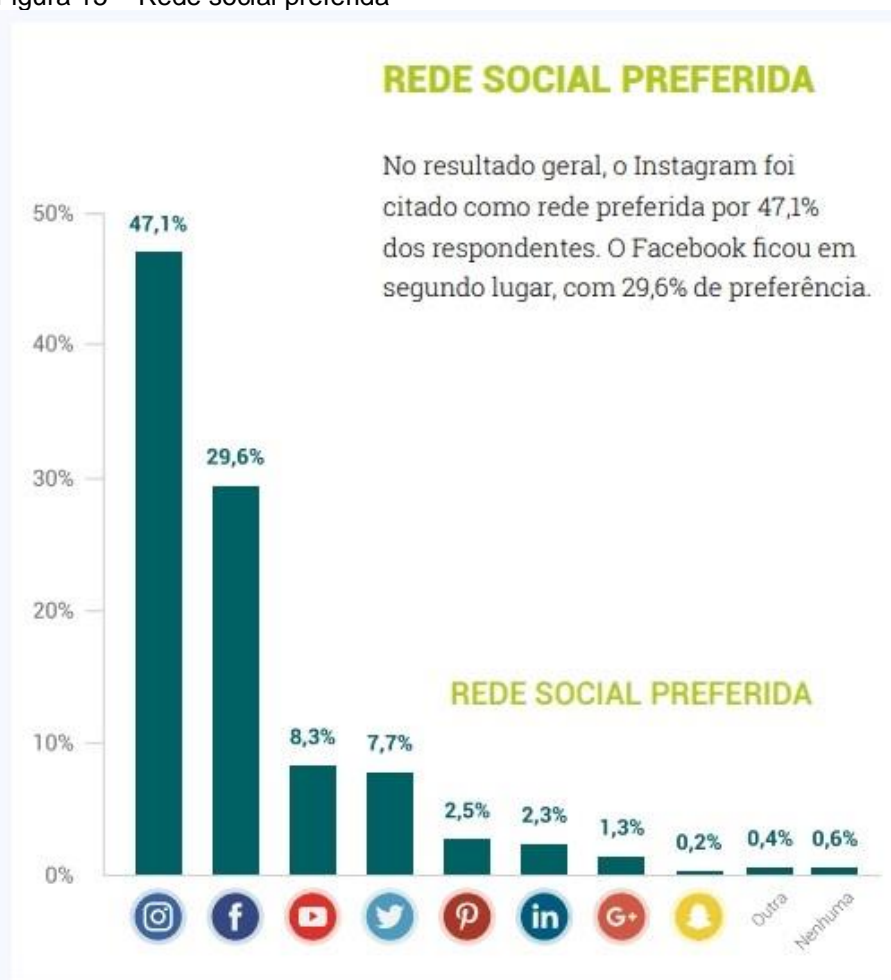
É pela grande quantidade de acessos via *mobile* que o Instagram se destaca, já que foi uma das primeiras redes sociais exclusivas para acesso pelo celular. De acordo com o relatório da We Are Social e da Hootsuite, o Instagram é a quarta rede social mais usada no Brasil, com 95 milhões de usuários. Ainda complementando a informação, numa pesquisa feita no *Social Mídia Trends*, de 2019, 47,1% dos respondentes declararam que o Instagram é a sua rede social preferida, deixando todas as outras para trás, até mesmo o Facebook, que ficou com apenas 29,6% dos votos.

A quantidade de usuários de telefone celular também chama a atenção, já são 5,2 bilhões, e de acordo com o estudo houve um aumento de 124 milhões de pessoas (2,4%), no mundo, em apenas um ano. Ao mesmo tempo, as redes sociais ganharam mais 321 milhões de adeptos, uma alta de 9% no período. Se a tendência for mantida, até o meio deste ano de 2021 metade de toda a população mundial estará utilizando alguma *social media*, segundo O Kantar Ibope. É importante salientar que, na média, cada usuário fica duas horas e vinte e quatro minutos por dia nas redes sociais.

O fato de a internet ter “saído” ou “se desacoplado” do desktop – o velho computador imóvel onde se situaria uma certa “matrix” – trouxe perspectivas de usos e reapropriações peculiares tendo em vista a ampla adoção de tablets e celulares. Falamos tanto de mobilidade que a perspectiva de “entrar na internet” já não faz nenhum sentido – estamos nela o tempo todo, afinal. Assim, ela se faz cada vez mais sem grandes limitações de tempo e espaço, como se diluída, em todos os momentos do dia a dia, dentre computadores, pessoas e coisas. Em meio à mobilidade e conectividade de objetos e a aplicações baseadas em sociabilidade (como redes sociais, por exemplo), emergem desse contexto serviços cujo mote de funcionamento se situa na consciência do onde e do quando de nossos contatos – em outras palavras, na percepção, muitas vezes mútua, das passagens e das demoras dos indivíduos. (LEMOS, 2013.)

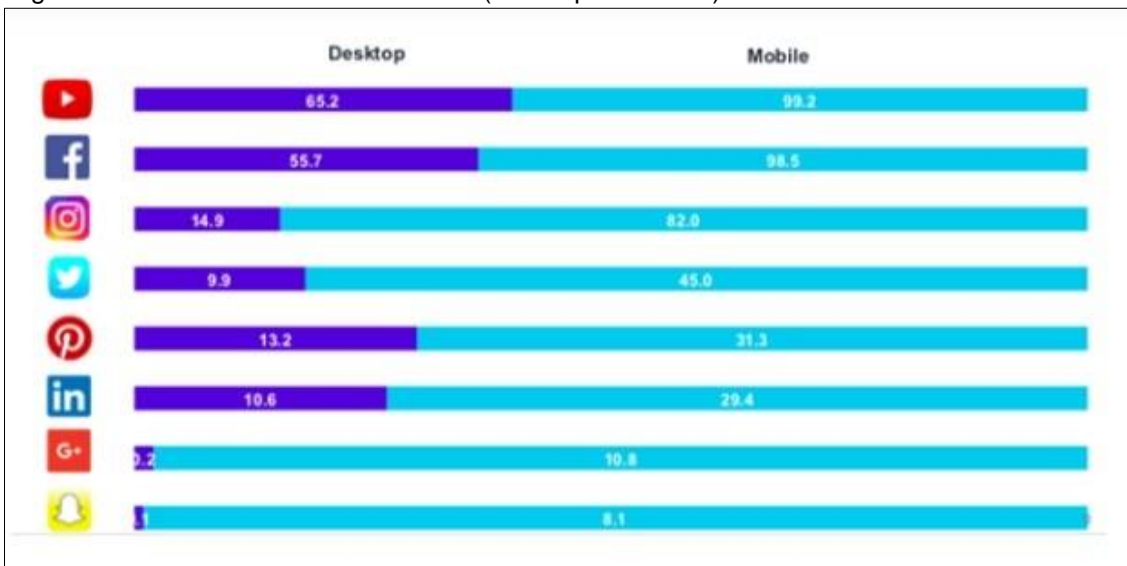
O gráfico acima mostra que apesar de não ser a rede com mais usuários, o Instagram é a mais querida pelos brasileiros. Já no gráfico abaixo percebe-se que a maioria das redes sociais são acessadas via telefone móvel, ou seja, estão sempre disponíveis para o usuário, o que reforça ainda mais o poder destas ferramentas na contemporaneidade.

Figura 15 – Rede social preferida



Fonte: Rock Content consultoria

Figura 16 – Plataformas mais utilizadas (Desktop ou Mobile)



Fonte: Rock Content consultoria

Destarte, faz-se necessário trazer uma visão das duas redes – Instagram e Facebook –, situando o leitor quanto ao período de criação e sua força enquanto rede social digital.

Esta pesquisa dá um enfoque nas redes das comunidades Campina e Piracanga, estudando algumas de suas imagens publicadas no Instagram e Facebook e como o seu apelo visual pode influenciar no imaginário do sujeito.

De acordo com os estudos da Rock Content consultoria, o Instagram foi lançado no Brasil no dia 6 de outubro de 2010, mas apenas em janeiro de 2011 a ferramenta adotou o sistema de hashtags interligado ao compartilhamento de imagens. A ferramenta funciona como um sistema de etiquetas que agrupa todas as imagens relacionadas a um determinado assunto, auxiliando a disseminação de tópicos e conteúdos ao mesmo tempo em que organiza as discussões criando verdadeiros nichos de assuntos. O Facebook, por sua vez, chegou ao Brasil em 2007 com o objetivo de conectar pessoas e compartilhar informações. Uma rede social versátil e abrangente, com muitas funcionalidades no mesmo lugar, servindo para gerar negócios, conhecer novas pessoas e relacionar-se com os amigos e a família. No mundo inteiro, o Facebook possui mais de 2,7 bilhões de contas ativas, sendo 130 milhões brasileiras.

Fica bastante claro que a grande intenção das redes sociais Instagram e Facebook é o compartilhamento de imagens, seja no formato

fotográfico ou em vídeos, salientando que as imagens têm a função de trazer entendimento ao mundo, explicando coisas que muitas vezes não se consegue explicar com palavras, criando esclarecimentos e reforçando imaginários que compõem o sujeito e as suas demandas. Para Eliade (1996, p. 11),

[...] as imagens são multivalentes pelas suas próprias estruturas e existem porque precisamos “captar a realidade profunda das coisas, exatamente porque essa realidade se manifesta de maneira contraditória e, conseqüentemente, não poderia ser expressa por conceitos

É possível compreender que as imagens ajudam a interpretar o mundo, dando sentido à vida, criando padrões, discursos e imaginários. O sujeito, ao se deparar com as imagens em uma rede social digital, cria contextos e significados para sua existência, tanto no modo digital como na sua rotina social em formato offline. Para este estudo é primordial entender a relação da felicidade e como os seus imaginários são construídos.

Na internet, os papéis sociais são respaldados e narrados por meio de textos, vídeos, falas ou fotografias, elementos que vão construindo histórias, experiências e lugar de fala para os narradores. Essas ferramentas, principalmente as fotos e os textos, serão o foco de análise na próxima seção. E serão estudadas para possibilitar a percepção do seu impacto na construção do imaginário de felicidade do indivíduo.

A propagação de imagens, fotos ou vídeos que trazem em si uma carga grande de felicidade é muito comum nas redes sociais, afinal, poucas são as pessoas que querem expor nas redes seus problemas, suas fraquezas e mazelas. O que se observa é um desenho próprio, que busca aceitação, sob a necessidade de ser feliz de forma compulsória.

Negociantes de si próprios, os indivíduos desenharam sua imagem no mundo virtual tendo em vista uma estética da recepção. Constroem, para tal, uma teoria do efeito, baseada no modo como sua auto-imagem postada em rede gera maior ou menor prestígio em torno de si, maiores ou menores vantagens sociais (JAUSS, 2002, p. 77).

Na internet, os conceitos de felicidade urgente e necessária são respaldados pelas mais variadas ferramentas: mensagens publicitárias, representações midiáticas, estatísticas, projetos, coach, profissionais de

autoajuda e líderes espirituais. Com tais artefatos são criados mecanismos que constroem as diversas possibilidades de se encontrar a felicidade dentro de si mesmo, embora cada uma dessas alternativas de busca de felicidade sustente ideais e interesses diversos. Os discursos e as práticas estão a serviço da criação de uma felicidade encantatória, caracterizada por uma meta individual. Em suma, uma conquista íntima.

Em complemento ao que está sendo analisado, os indivíduos são convidados a reencontrar dentro de si projetos que legitimem e agucem sentimentos que os auxiliem no encontro dessa felicidade, vídeos e discursos que chancelam uma felicidade calcada no apaziguamento dos conflitos como (GARNOUSSI, 2005) um cardápio “psico-filosófico-espiritual” multiforme, com foco na orientação de práticas voltadas ao bem-viver.

O que se procura nos mestres da vida, a não ser maximizar nossos gozos e nossos mais diversos potenciais psicológicos? Os ideais de renúncia ao mundo foram trocados pelas técnicas de auto-ajuda que supostamente proporcionam a uma só vez êxito material e paz interior, saúde e confiança em si, poder e serenidade, energia e tranqüilidade, em outras palavras, a felicidade interior, sem que seja preciso renunciar ao que quer que seja de exterior (conforto, sucesso, sexo, lazeres). [...] A sabedoria confundia-se com o desapego e com o despojamento de si: nós queremos a plena realização do Ego. Trata-se menos de mudar o estilo de existência que de adaptar-se ao nosso mundo, vivendo nele confortavelmente, sem estresse nem ansiedade (LIPOVETSKY, 2007, p. 351).

De acordo com Lipovetsky, um dos caminhos para uma vida feliz é constituído de práticas terapêuticas, holísticas, saberes de uma cultura psicológica com uma promessa de um apaziguamento mental e tranquilidade frente aos obstáculos da vida. Os símbolos, imaginários, slogans e mantras se espalham pelo mundo on-line e também pelo off-line reafirmando a importância de estar bem consigo mesmo, de acreditar na própria capacidade de cultivar o otimismo individual. “Abra a felicidade”, afirma a Coca-Cola. “Vem ser feliz”, clama a Magazine. “Lugar de gente feliz”, chancela o Pão de Açúcar discursos emitidos pela mídia que interpelam os sujeitos e os fazem crer que a felicidade, de fato, está pautada no consumo.

A representação do *homo sapiens feliz* aparece em mensagens virtuais que estimulam a capacidade quase heroica de estar bem. Estimula o olhar para frente e entender que é possível construir a sua felicidade. Os posts abaixo demonstram a forma como as redes sociais, especialmente o Instagram, trabalham esse imaginário.

Figura 17 – Posts



Fonte: Instagram da Monja Coen

Figura 18 – Posts da revista *Vida Simples*



Fonte: Instagram da Monja Coen

As imagens acima expostas são oriundas do Instagram da Monja Coen, hoje com 2,4 milhões de seguidores, e da revista *Vida Simples*, que conta com 618 mil seguidores, perfis com um número bem significativo de pessoas dispostas a absorver seu conteúdo. Ao analisar os posts, percebe-se em todos eles uma mensagem positiva, de cunho psicológico, holístico e que traz a temática da felicidade, comprovando o que está sendo traçado neste estudo.

As mensagens afirmativas reforçam no sujeito o seu protagonismo na busca por sua melhor versão. No ecossistema digital são criados diversos perfis, por vários profissionais, que de forma multidisciplinar apresentam fórmulas para viver bem e com qualidade.

Oscilando entre a ternura ativa e a contundência altruísta, psicólogos, educadores, dermatologistas, nutricionistas, cirurgiões plásticos, odontologistas, *personal stylists* e consultores de imagem delineiam os roteiros de práticas e cuidados necessários para a conquista da saúde, da desejabilidade, do equilíbrio interior e da harmonia doméstica (FREIRE FILHO, 2009).

Um outro ponto de grande relevância e que amplia o que Freire Filho afirma é que os conselhos dos especialistas, os testemunhos de famosos e anônimos que superaram problemas ajudam a transformar a vida e a vencer barreiras, colocam a felicidade como algo factível, legítimo e extremamente relevante para a sociedade.

Este tema permeia as discussões nas redes sociais digitais, tomam proporções agigantadas, calcadas em conteúdo específico para cada nicho de pessoas, formando microgrupos com interesses comuns. A formação de microgrupos acontece a partir de um sentimento de pertencimento compartilhado por aqueles que sentem e pensam da mesma forma.

Assim cada pessoa poderá viver sua pluralidade intrínseca, ordenando suas diferentes “máscaras” de maneira mais ou menos conflitual e ajustando-se com as outras “máscaras” que a circundam (MAFFESOLLI, 2000, p. 107).

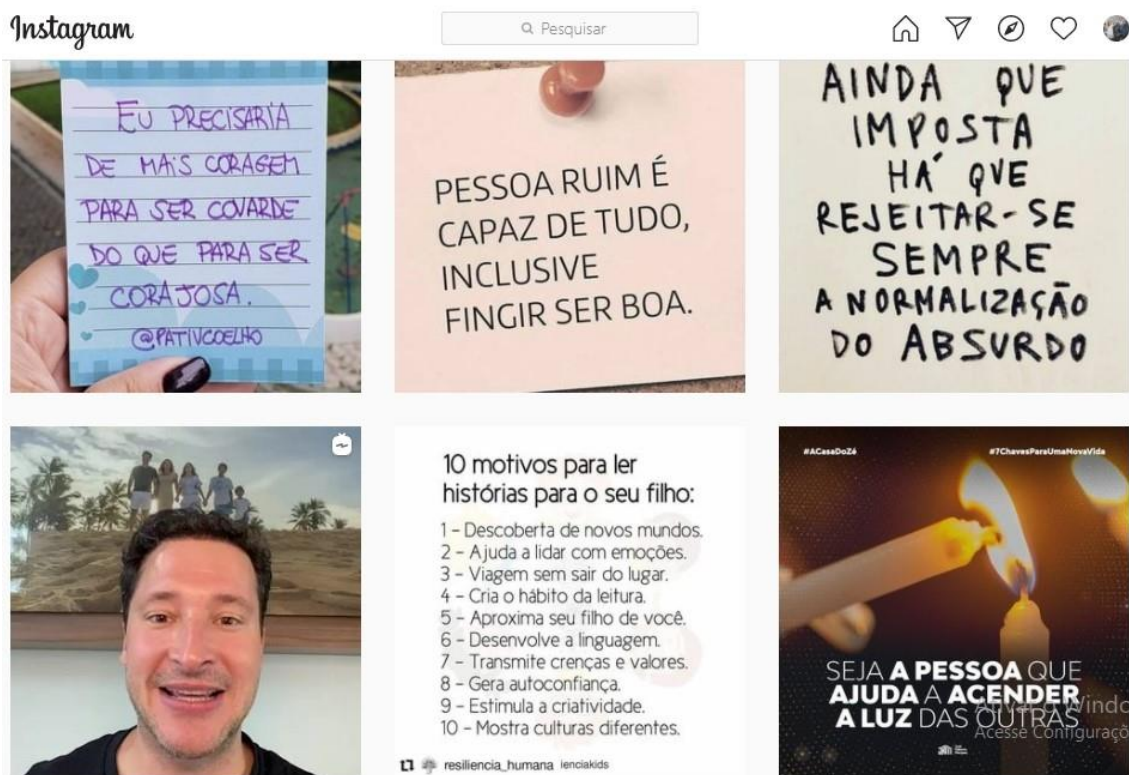
A temática da felicidade discutida nas redes, seus conteúdos, textos e imagens são produzidos por um indivíduo com a intenção de gerar empatia em outros tantos. É assim que se estrutura a comunicação neste meio, proporcionando mais voz às pessoas, mais construções de valores e maior potencial de veicular tais informações, compartilhando formas de felicidade.

Na figura 19, observa-se um conjunto de postagens oriundas do Instagram Resiliência, que atualmente conta com mais de 10 milhões de seguidores. São pessoas que, no mínimo, se identificam com mensagens, fotos e vídeos que são inseridas nessa rede. As mensagens seguem a linha de autoajuda, de faça você mesmo o seu caminho de prosperidade. São

mensagens que estimulam a coragem, a autoestima e a prática de um cotidiano simples. Seguindo a discussão sobre microgrupos, boa parte das pessoas que seguem o @resiliência se interessam pelo que está sendo discutido, o que mostra mais uma vez que a temática da felicidade tem relevância no ecossistema digital.

As comunidades online são registros das vidas cotidianas, funcionando como verdadeiros arquivos pessoais, de sentimentos e pensamentos no tempo presente. Elas funcionam como forma de compartilhar o sentimento de felicidade. Com o poder das mídias de “mudar as representações em nossas mentes, ou seja, nossa interpretação do mundo social, e como isso, subsequentemente, vem a influenciar nossos relacionamentos e ações em relação a outras pessoas” (HJARVARD, 2014, p. 21).

Figura 19 – Posts



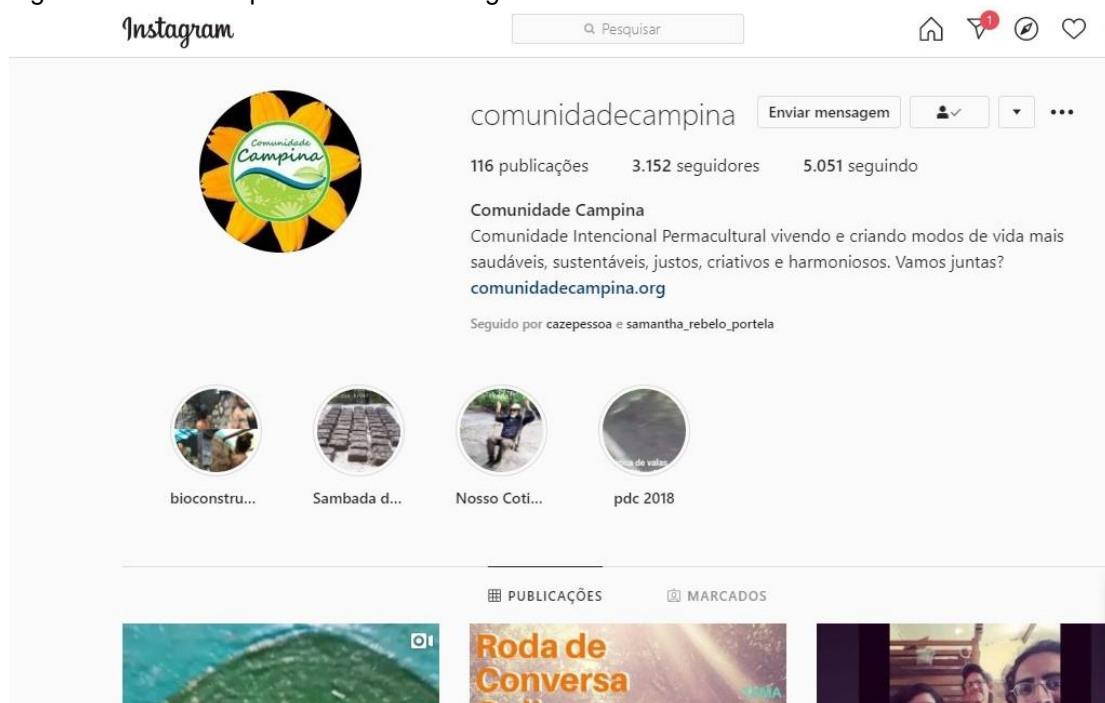
Fonte: Instagram da Resiliência

Os participantes autônomos que representam as redes sociais unem ideias, valores e recursos em comum, constituindo um novo ambiente onde a informação circula, é debatida, discutindo e possibilitando novas criações de imaginário de felicidade configurado através de uma vida com propósito e sentido.

No segundo capítulo desta dissertação analisamos as comunidades alternativas de Campina e Piracanga, suas características sociais, econômicas e de micropolítica. No entanto, faz-se necessário entender a relação dessas comunidades com as redes sociais e as suas interações com os sujeitos que fazem parte dos microgrupos que estão atentos a uma vida de regeneração, focados no Bem Viver e, principalmente, buscando a felicidade nas coisas mais simples. Esta análise será feita através das mediações destes meios e as suas consequências no transformar do sujeito.

Abaixo, observa-se o *print* do perfil da comunidade Campina no Instagram, que hoje conta com pouco mais de 3200 seguidores. No Facebook, há mais de 5900 pessoas seguindo a página. Além das redes sociais digitais, a comunidade se conecta com as pessoas por meio do site oficial.

Figura 20 – *Print* do perfil oficial do Instagram oficial da comunidade



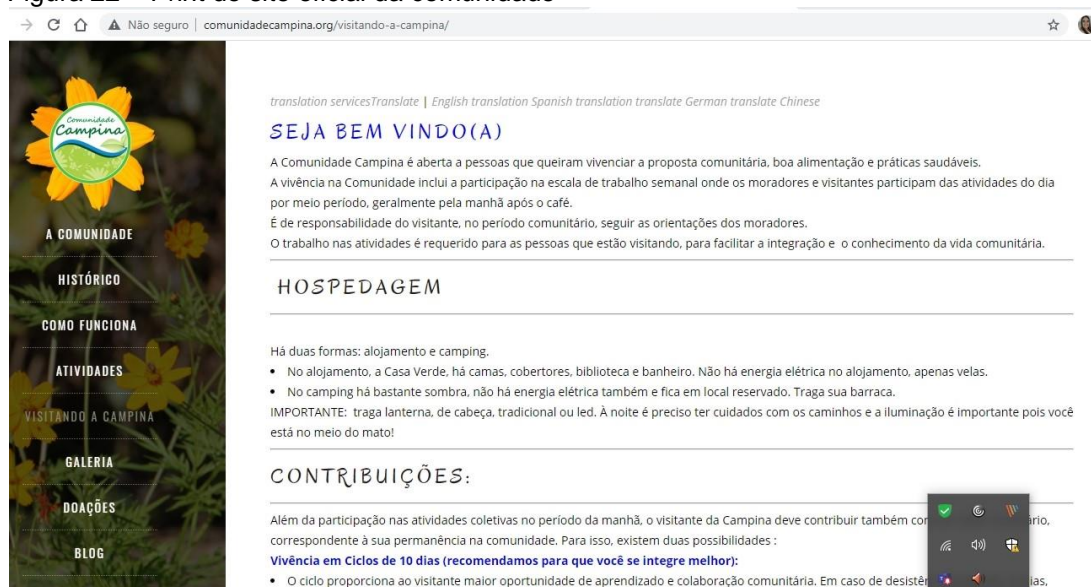
Fonte: Instagram da Comunidade Campina (2020)

Figura 21 – Print do perfil oficial do Facebook oficial da comunidade



Fonte: Facebook da Comunidade Campina (2020)

Figura 22 – Print do site oficial da comunidade



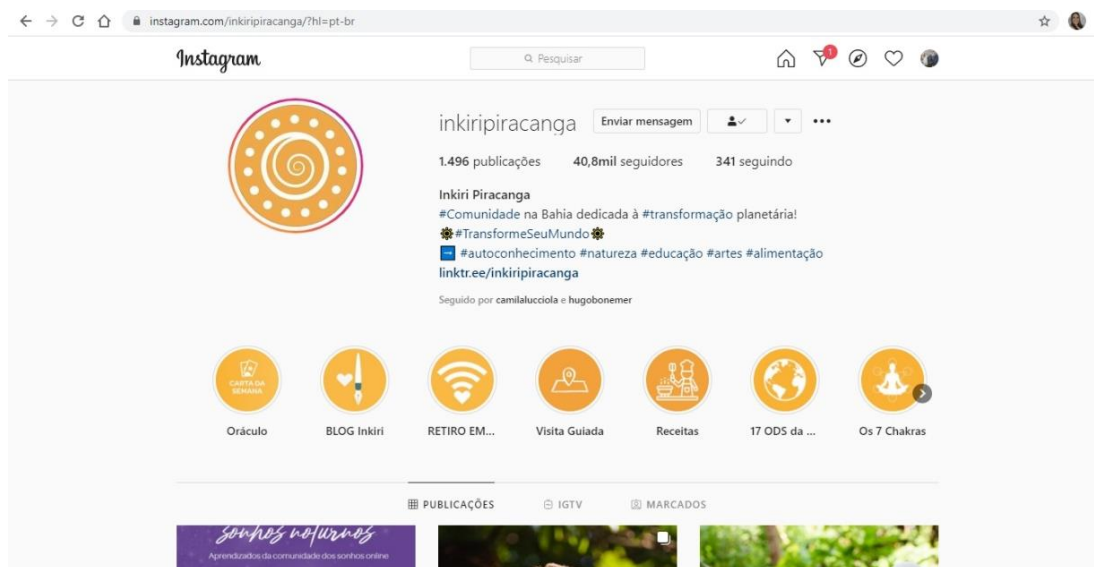
Fonte: site da Comunidade Campina (2020)

A Comunidade Campina utiliza os meios eletrônicos e as mídias sociais para se comunicar com o mundo exterior. É por meio dessas plataformas que a ecovila apresenta seus cursos, vivências e workshops, e é assim que atrai visitantes e moradores permanentes.

No tocante à Ecovila de Piracanga percebe-se uma presença muito forte nas redes sociais. O perfil oficial da comunidade no Instagram conta com mais de 40 mil seguidores, e além do Instagram oficial da comunidade observa-

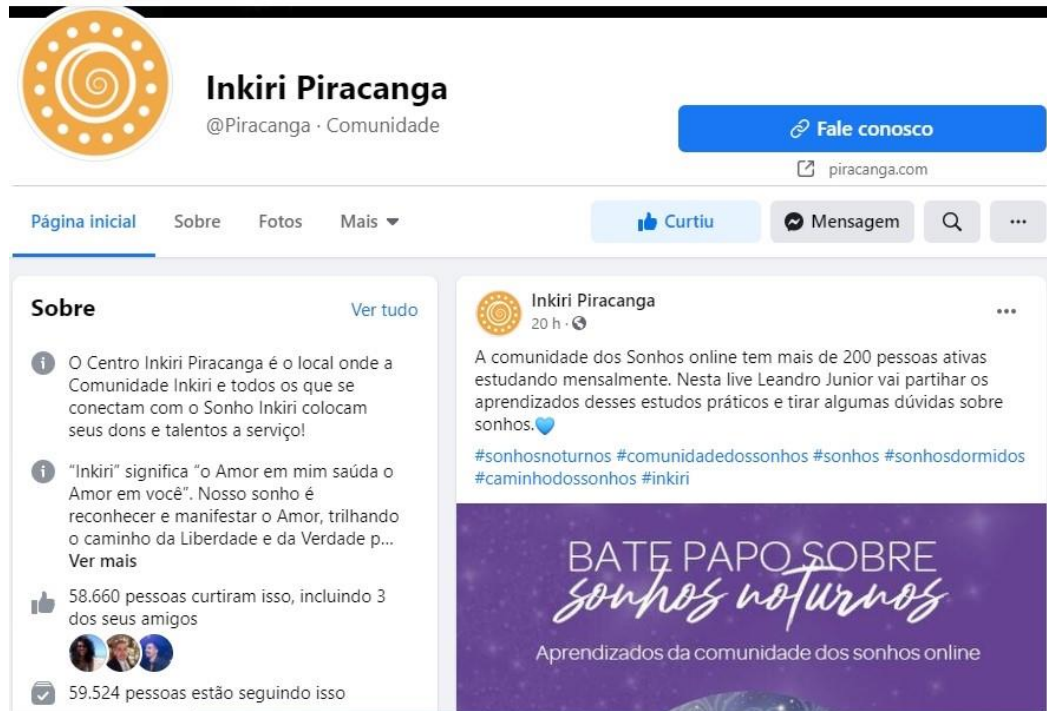
se que cada projeto do Instituto Inkiri possui perfis específicos que divulgam as suas ações. No Facebook são mais de 58 mil pessoas seguindo a comunidade. Assim, a Ecovila se projeta para fora dos seus muros, consegue a adesão de visitantes e obtém o necessário retorno financeiro para o sustento e reinvestimento no Instituto Inkiri e na comunidade.

Figura 23 – *Print* da página principal do Instagram da Ecovila de Piracanga

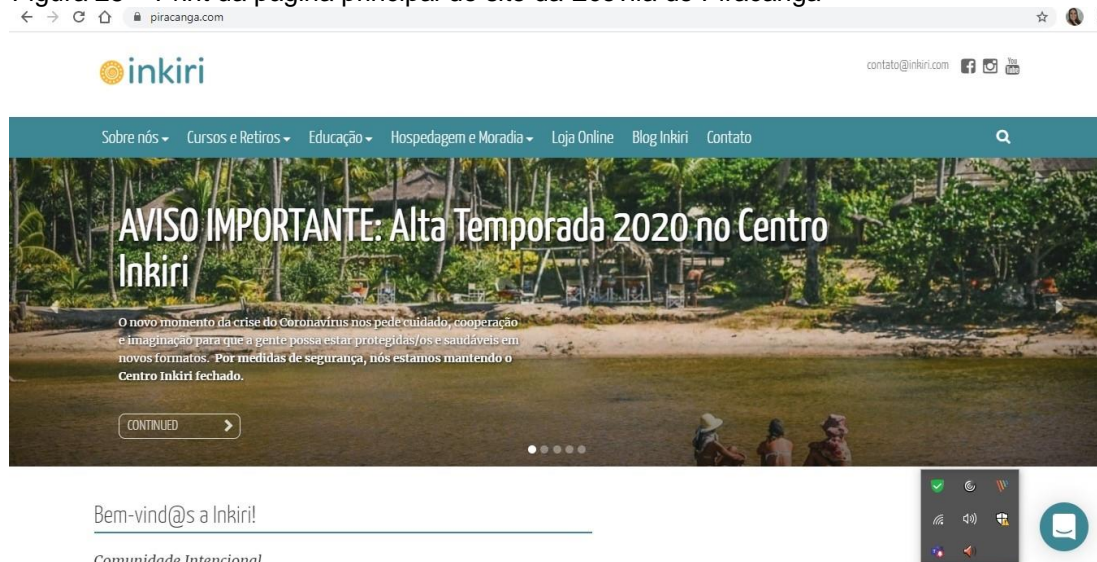


Fonte: Instagram Piracanga (2020)

Figura 24 – *Print* da página principal do Facebook com a Ecovila de Piracanga



Fonte: Facebook oficial da comunidade (2020)

Figura 25 – *Print* da página principal do site da Ecovila de Piracanga

Fonte: site da comunidade (2020)

Percebe-se nos *prints* que as imagens e os layouts utilizados para compor as redes sociais têm presença forte da natureza e que os textos são de cunho holístico e socioambiental. É exatamente esta forma de comunicação via redes sociais digitais que será estudada na última seção deste capítulo, com a análise de imagens, textos e comentários observados no Instagram de Campina e Piracanga.

#### 4.2 CAMPINA E PIRACANGA: SENTIDOS DE FELICIDADE EM REDE

As comunidades de Campina e Piracanga foram analisadas, neste estudo, por diversos ângulos, descrevendo as suas principais peculiaridades, formas de viver e se relacionar em sociedade. Apesar de Belleze *et al.* (2017) afirmar recentemente que as ecovilas brasileiras são um movimento isolado em si mesmo, autores como NOLTE discordam desta linha de pensamento e afirmam que estar em uma comunidade não significa romper com o mundo fora dos muros das ecovilas, afinal estas estão ligadas às redes de relações econômicas, sociais e políticas. Segundo Nolte (2007, p. 276).

As ecovilas precisam se aproximar do seu entorno para evitar a estagnação e o isolamento. Similarmente, a sociedade precisa da experiência das comunidades, sobretudo a do pensamento cooperativo, se ela quer encontrar novas soluções.

Nas ecovilas de Campina e Piracanga, percebe-se a preocupação em manter o contato mais próximo da comunidade, inclusive abrindo suas escolas de ensino fundamental para membros das cidades nas quais estão estabelecidas, ampliando sua articulação com diversos atores, oferecendo à população que as rodeiam várias possibilidades de aprendizados com foco econômico, social e cultural.

Desta forma, percebe-se que mesmo estas comunidades buscando uma alternativa de vida regenerativa, indo na contramão do capitalismo desenfreado, elas precisam manter as relações externas, o que não diminui o caráter protetivo do nicho nem as impede de desenvolver práticas sociais sustentáveis diversificadas. Ao contrário, os canais de difusão criados por essas relações externas permitem que as ecovilas acessem recursos e conhecimentos importantes para o desenvolvimento de suas práticas.

O fortalecimento e a expansão dessas relações externas de troca de informações são importantes para que o segmento das ecovilas no Brasil possa promover processos mais amplos de conhecimento, de difusão de suas práticas e, com isso, aumento de escala dos seus projetos. Tais relações com o externo, muitas vezes, se dão por meio das ferramentas digitais, já que a exposição de conteúdos nas redes sociais digitais reflete diversas transformações sociais que fazem parte do comportamento do indivíduo contemporâneo.

As redes sociais das comunidades referidas, foi possível comprovar a importância dessas ferramentas para a divulgação de projetos, estilo de vida, propósitos, defesa da natureza e do ecossistema. As temáticas são apresentadas em imagens que trazem a público a essência do viver em comunidade.

As imagens estão em todos os lugares à nossa volta, seja no cinema, na televisão e/ou nas redes sociais digitais. E são as imagens que nos auxiliam na obtenção de um reflexo do mundo que, segundo Santaella (2000 p.9), “tem ficado cada vez mais repleto de linguagens, signos, sinais e símbolos. Entender as imagens e os seus signos é muito importante para se perceber o mundo contemporâneo, tão cheio de intervenções e pautado por uma dinâmica digital, onde as imagens são protagonistas”.

Estejamos ou não atentos a isso, estamos dia e noite, em qualquer rincão do planeta, com maior ou menor intensidade, imersos em signos e linguagens [...] somos bombardeados por imagens [...] e, recentemente, com a internet, rede das redes, podemos navegar através da informação e nos conectar com qualquer parte do mundo em frações de segundo (SANTAELLA, 2005 p. 28).

Por todos os lugares que passamos somos bombardeados por imagens que vão construindo, corroborando e transformando os imaginários. As imagens compõem os matizes da vida norteando pensamentos e trazendo reflexões sobre temáticas e ações. Neste estudo o foco será nas imagens das redes sociais digitais das comunidades Campina e Piracanga.

Nas comunidades em análise observa-se que o trabalho feito nas redes sociais digitais tem como objetivo principal levá-las “para fora”, dar visibilidade aos seus projetos e trazer recursos financeiros. Na atualidade, de acordo com Castells (2004, p. 3), “as tecnologias e a sociedade são indissolúveis, logo, a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas”. Assim, é fundamental analisar essas redes tendo como foco algumas imagens postadas pelos perfis oficiais das respectivas comunidades.

Na seção anterior, foram apresentados os números de seguidores, tanto no Facebook quanto no Instagram, de cada comunidade, onde é possível identificar que a comunidade de Campina tem menos seguidores que a de Piracanga, mas, independentemente do quantitativo de seguidores, faz-se necessário a este estudo a análise das imagens postadas nas duas plataformas digitais em questão.

Para a execução do estudo quatorze imagens oriundas do Facebook e Instagram da comunidades de Campina e Piracanga foram selecionadas e categorizadas por sessões, sendo estas: imagens que valorizam a natureza, imagens que divulgam os cursos e vivências oferecidos pelas comunidades e por fim as imagens que descrevem o dia a dia destas comunidades.

Como instrumentos de análise, serão utilizados os elementos que compõem um post<sup>21</sup>, como fotos e textos, além dos comentários decorrentes

---

<sup>21</sup> Post é o **conteúdo criado e publicado** em alguma plataforma da internet. Essa publicação pode ter o formato de imagem, vídeo, texto, áudio ou todos eles juntos (ROCK CONTET, 2020).

dessas postagens. O intuito é analisar esse material para identificar a relação das imagens com a criação ou afirmação de um imaginário de felicidade, verificando ainda as reações dos seguidores diante dos conteúdos apresentados pelas comunidades Campina e Piracanga.

#### 4.2.1 Valorização da natureza: um olhar sobre a felicidade?

Figura 26 – Postagem 1 – *Print* do Instagram Ecovila de Piracanga



Fonte: Instagram Ecovila de Piracanga (2020)

Texto da postagem:

Já viu o nascimento das tartarugas? Em Piracanga nós temos o privilégio de frequentemente poder presenciar esse milagre da natureza com todo respeito e cuidado necessário. Isso se deve ao trabalho de preservação das praias e manguezal e, principalmente, à dedicação e sabedoria do Batista, o maior tartarugueiro da região. Conheça mais sobre o projeto maravilhoso do @tartarubahia\_ É inspirador! (INSTAGRAM ECOVILA DE PIRACANGA, 2020)

A figura 26 reúne uma série de elementos alinhados com o discurso do cuidado com a natureza. O post destaca um grupo de tartarugas que parecem recém-eclodidas dos seus ovos, e as pegadas na área molhada compõem um cenário de equilíbrio entre os elementos dessa natureza exposta. Complementando a postagem, um texto questiona o seguidor sobre ele já ter presenciado o nascimento de tartarugas e afirma que em Piracanga é muito comum presenciar tal fato, então chamado de 'espetáculo da natureza'.

Como efeito desta postagem observa-se, ainda na figura 26, que 647 pessoas curtiram o post e seis comentários foram feitos sobre o material publicado. No mundo digital, as curtidas e os comentários são códigos de aceitação daquilo que está sendo comunicado. Segundo Costa e outros (2014, p. 4), “a opção ‘curtir’ é uma forma dos fãs demonstrarem que o conteúdo divulgado os atrai, e o comentário é um espaço destinado a opiniões favoráveis ou desfavoráveis àquela publicação”. Para todas as imagens analisadas, a partir de agora, os comentários e as curtidas serão sempre considerados uma ação de interesse daqueles que a praticam.

A figura 27 traz os comentários à postagem em discussão. Ao analisar as reações causadas é possível perceber que todos que comentaram o fizeram de forma positiva, utilizando emojis<sup>22</sup> que simbolizam amor e afirmando que a imagem traz uma carga de beleza que agrada aos olhos de quem a vê. Mas por que essa imagem gera uma reação positiva? Tal fato tem ligação com a simbologia que esta imagem carrega, a possibilidade de renovação, atrelada à esperança e a um futuro com mais equilíbrio. Segundo D’Alviella (1995, p. 21), o termo “símbolo” refere-se a tudo aquilo que, por acordo geral ou analogia, representa convencionalmente alguma coisa ou alguém, entendendo por símbolo uma representação.

Nesta imagem as tartarugas recém-nascidas não estão representando o animal em si, mas a possibilidade de regeneração ambiental, de esperança em dias melhores, mesmo em um mundo tão caótico, onde observa-se a poluição dos mares, rios e a quase extinção das tartarugas.

---

<sup>22</sup> Emoji é uma palavra derivada da junção dos seguintes termos em japonês: e + moji. Com origem no Japão, os emojis são ideogramas e smileys usados em mensagens eletrônicas e páginas web (ROCK CONTET, 2020).

Figura 27 – Prints dos comentários referentes à figura 39 Instagram Ecovila de Piracanga



Fonte: Instagram Ecovila de Piracanga (2020)

Figura 28 – Postagem 2. Print do Facebook Ecovila de Piracanga



Fonte: Facebook Ecovila de Piracanga (2020)

### Texto da postagem:

Já pensou em passar um tempo morando com a gente?  
 Estamos muito felizes em anunciar que agora você pode!  
 O Programa Vida em Comunidade foi elaborado com muito amor para  
 você poder vivenciar uma vida mais ecológica com a gente!  
 Saiba mais através do linktree na nossa bio ou acesse:  
<https://piracanga.com/programa-vida-em-comunidade/>  
 \*\* Cuidados com o Covid-19  
 Como sabemos, estamos vivendo em um momento de pandemia, por  
 isso, alguns cuidados e protocolos precisam ser seguidos. Consulte a  
 nossa equipe para saber mais sobre os acordos e cuidados  
 necessários.  
 #vidaemcomunidade #comunidade #comunidadeintencional #ecovila  
 #vidaalternativa #natureza #casaecologica #inkiri (FACEBOOK  
 ECOVILA DE PIRACANGA, 2020).

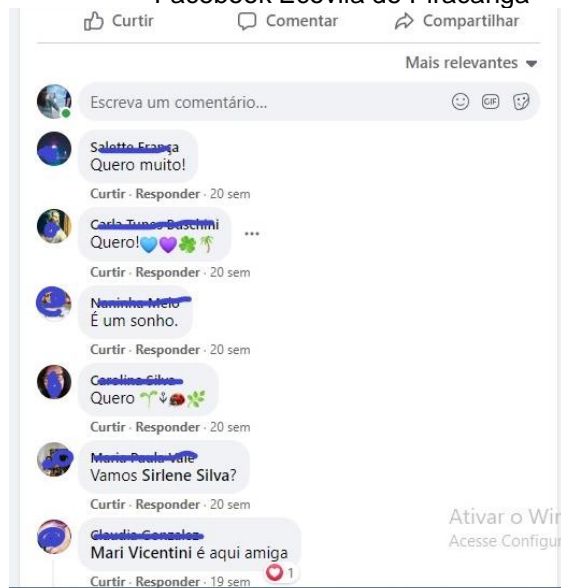
A figura 28 é representada pelo pôr do sol, atrás de coqueiros, desaguando no mar, uma imagem com uma carga bucólica grande, com ensejos de paz e tranquilidade. O texto que dá base ao post faz um convite ao internauta/seguidor para vivenciar a experiência da comunidade e poder viver e ver de perto esta cena corriqueiramente. Na postagem, observam-se quatro compartilhamentos e mais de dez comentários. Percebe-se a utilização da natureza como ferramenta de divulgação do espaço de Piracanga, natureza esta que aguça o imaginário. Observa-se também nos comentários expostos na figura 29, o desejo de fazer parte dessa modalidade de vida, onde a natureza é protagonista. Para alguns dos seguidores, estar em Piracanga é como um sonho.

A composição de imagem e texto induz à sensação de um local aprazível, fruto do imaginário coletivo. Segundo Castoriadis (1995), “Este imaginário é a coleção formada de interações sociais e percepções, figuras, formas e imagens.”

O pôr do sol é percebido e comumente interpretado como um momento de deleite, de satisfação e de felicidade. Ver cair o dia traz uma percepção de fechamentos de ciclos, de possibilidades. Faz parte do imaginário coletivo a sensação positiva ao ver um pôr do sol, sendo quase um pacto social entre os sujeitos, muito deles urbano, que passa horas no engarrafamento, transporte público caótico, que vivem em uma rotina incessante, quase robotizados. Assim estas pessoas não conseguem parar,

contemplar e admirar um por do sol, o que transforma esta imagem em uma simbologia de felicidade.

Figura 29 – *Print* dos comentários da figura 28  
Facebook Ecovila de Piracanga



Fonte: Facebook Ecovila de Piracanga (2020)

Figura 30 – Postagem 3 – *Print* do Instagram da Comunidade Campina



Fonte: Instagram Comunidade Campina (2020)

Texto da postagem:

“Teve colheita, manejo, fortalecimento do solo, suco de limão especial, manutenção da estufa e muita alegria no Mutirão da Horta

Comunitária da Comunidade Campina hoje” (INSTAGRAM COMUNIDADE CAMPINA, 2020).

Figura 31 – *Print* dos comentários da figura 43 Instagram da Comunidade Campina



Fonte: Instagram Comunidade Campina (2020)

O imaginário descrito por Castoriadis, calcado em simbologias, pode ser visto na foto de algumas cenouras recém-tiradas da terra, ao lado de uma placa que sinaliza uma horta chamada Bahia de todas as plantas e tendo ao fundo uma estufa de plantação em um cenário de terra batida e folhas secas (figura 30). O texto da legenda fala da colheita, do manejo da terra e de uma deliciosa limonada especial que possivelmente fora servida no momento do mutirão da horta comunitária. O imaginário do mundo mais simples, baseado no Bem Viver, onde as situações comuns e corriqueiras da vida têm seu grande valor.

A imagem da cenoura recém-retirada da terra tem a representação de um modo de vida adotado pelas pessoas que pertencem àquela comunidade, é a criação de um sentimento de pertença sobre as ideologias propostas na vida em partilha. Desta imagem desdobram-se criações de realidades, que podem ter sentidos diversos, de acordo com cada visão de

mundo particular, uma vez que o imaginário é composto de criações, próprias e indeterminadas.

O que Castoriadis afirma é que o imaginário está sempre em criação. Isto posto, voltando à imagem sob análise, a composição de elementos pode trazer para algumas pessoas realidades distintas: para umas, as cenouras nada trazem de impacto dentro de sua jornada de vida; para outras, essa composição de símbolos traz uma realidade fundamentada no encantamento com a vida simples e o Bem Viver.

Em Campina, o trato com a terra é uma questão de relevância e, por isso, teve espaço em suas redes sociais uma postagem que recebeu quase 150 “curtidas”, ou seja, quase 150 pessoas se sentiram tocadas pela simplicidade dos elementos da natureza. No *print* dos comentários, representado pela figura 31, as mensagens são positivas, o que demonstra sinergia com a Comunidade e conexão com a temática da vida simples. Percebe-se uma compatibilidade de imaginários, que são criados com elos de afinidades e concordâncias, algo equivalente a dizer “Eu curto e comento aquilo que para mim é importante e que faz parte de meus ideários”.

Figura 32 – Postagem 4 – *Print* do Instagram Ecovila de Piracanga



Fonte: Instagram Ecovila de Piracanga (2020)

Texto da Postagem: “Você também sonha com um novo paradigma de vida compartilhada?” (INSTAGRAM ECOVILA DE PIRACANGA, 2020).

A imagem representada pela figura 32, também carrega a simplicidade da natureza, com destaque para uma noite estrelada, um céu em tom de roxo e um ambiente rodeado de coqueiros. Uma imagem que complementa o discurso levantado por todas as postagens já analisadas nesta seção e que aponta a vida em comunhão com a natureza como um novo paradigma de viver em sociedade compartilhada. O texto questiona o internauta sobre o sonho de viver uma vida de regeneração e compartilhamento indo de encontro também aos ideais de Bem Viver.

Mais do que conceitos ou teorias, o Bem Viver sintetiza vivências. Nutre-se de seus valores, de suas experiências e sobretudo de suas múltiplas práticas. Não provém da academia ou de algum partido político. E na medida em que promove a vida em harmonia dos seres humanos vivendo em comunidade e destes vivendo em harmonia com a natureza, nos oferece há centenas de anos uma série de lições de como se poderiam imaginar outros mundos em que caibam todos os mundos, sempre assegurando a justiça social e a justiça ecológica (ACOSTA, 2016, p. 45).

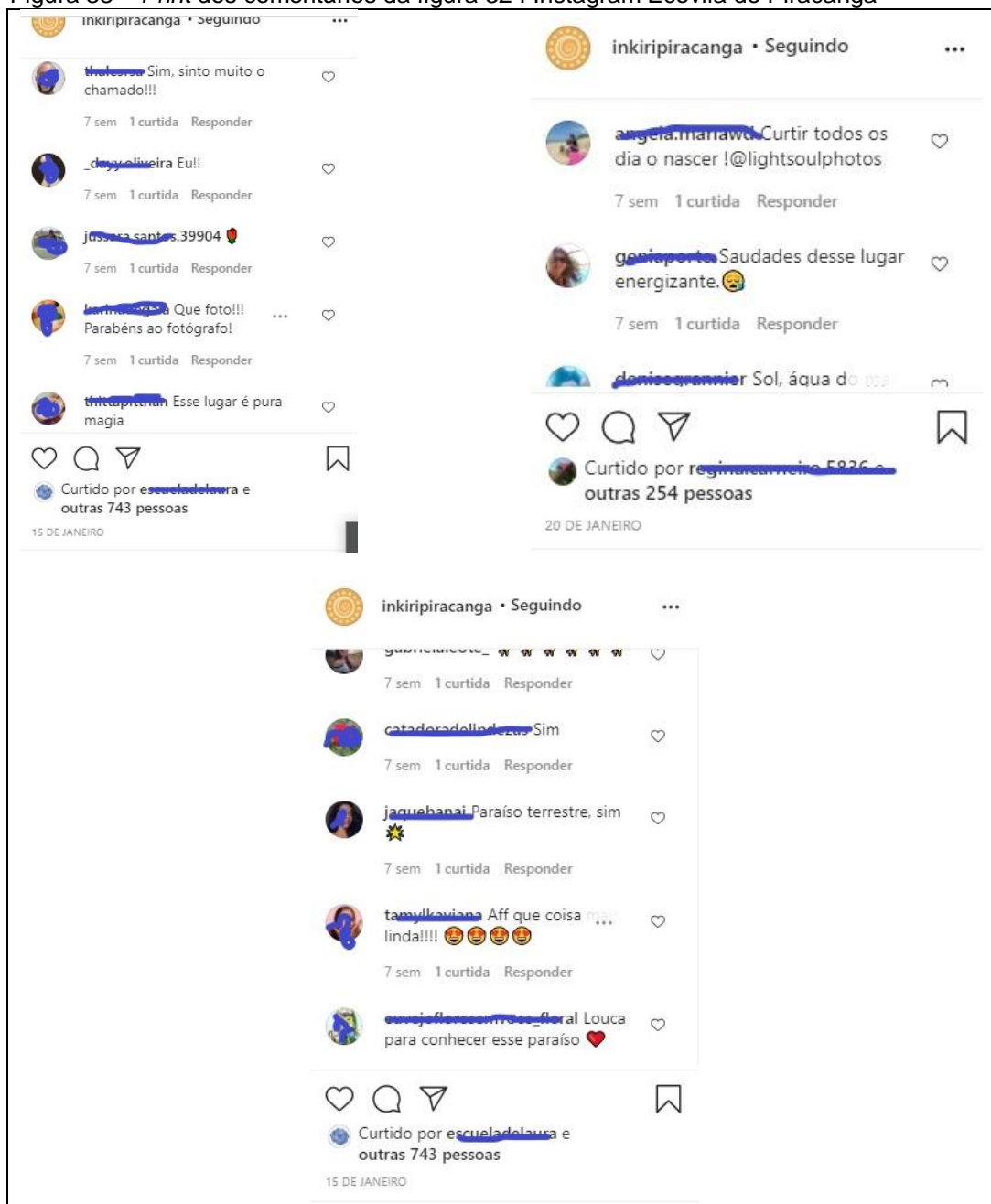
Na postagem em análise observam-se mais de 743 curtidas e mais de 15 comentários, todos enaltecendo o lugar, comparando Piracanga ao paraíso, mostrando interesse por conhecer o local, demonstrando saudade de estar em Piracanga. São comentários positivos e que demonstram interesse pelo exposto no texto e na imagem como observa-se na figura 33. As imagens, aliás, são capazes de aguçar a imaginação das pessoas, como afirma Silva (2006, p. 11):

Reservatório, agrega imagens, sentimentos, lembranças, experiências, visões do real que realizam o imaginado, leituras da vida e, através de um mecanismo individual/grupal, sedimenta um modo de ver, de ser, de agir, de sentir e de aspirar ao estar no mundo. O imaginário é uma distorção involuntária do vivido que se cristaliza como marca individual ou grupal. Diferente do imaginado — projeção irreal que poderá se tornar real —, o imaginário emana do real, estrutura-se como ideal e retorna ao real como elemento propulsor. Motor, o imaginário é um sonho que realiza a realidade, uma força que impulsiona indivíduos ou grupos. Funciona como catalisador, estimulador e estruturador dos limites das práticas.

O recurso das imagens aguça no sujeito lembranças e sentimentos, construindo um entendimento sobre sensações, experiências que já foram vividas e desejos ainda não conquistados, numa busca por imaginários guardados nas mais distintas nuances que compõem a vida. As imagens

analisadas criam alguns relações que remetem a possibilidades que ainda não são reais, mas que no íntimo podem passar a ser, incluindo a sensação de felicidade.

Figura 33 – Print dos comentários da figura 32 | Instagram Ecovila de Piracanga



Fonte: Instagram Ecovila de Piracanga (2020)

Figura 34 – Postagem 5 – Instagram Comunidade Campina



Fonte: Instagram Comunidade Campina (2020)

Texto da postagem: “Flores da Primavera” (INSTAGRAM COMUNIDADE CAMPINA, 2020).

A figura de uma flor em plano fechado, destacando-a, pode suscitar diversas leituras nos expectadores. Apesar de a flor no universo simbólico ter conexões já bem estabelecidas com a beleza, a delicadeza e o amor, podem existir outras percepções determinadas por condições psicológicas e culturais, como afirma Aumont (2001, p. 250):

A abordagem semiológica, com sua distinção entre diferentes níveis de codificação da imagem, fornece uma primeira resposta a essa questão: em nossa relação com a imagem, diversos códigos são mobilizados, alguns quase universais (os que resultam da percepção), outros relativamente naturais, porém já mais estruturados socialmente [...], e outros ainda, totalmente determinados pelo contexto social.

A flor apresentada na figura 34 não é uma flor comum, tradicional, como boa parte das pessoas a conhecem. É uma flor de beleza brejeira e inusitada, que pode representar a forma como se vive em Campina, dando visibilidade ao ‘fora do comum’, ao simples e ao belo sob a ótica social e cultural daquele que o vê. Um símbolo da essência da comunidade. Entende-se por símbolo, segundo Santaella (2005, p. 105),

O signo que estabelece uma relação com seu objeto por meio de uma mediação, ou seja, as ideias presentes no símbolo e em seu objeto se relacionam a ponto de fazer com que o símbolo seja interpretado como se referindo àquele objeto, isto é, fazendo com que o símbolo represente algo que é diferente dele.

A foto postada anteriormente, além de demarcar a primavera, carrega um contexto sógnico que, mais do que uma flor, simboliza um propósito, uma visão de mundo. Em consonância com tais pensamentos surgem os seguidores da página, que se sentem atraídos pela referida imagem. Observa-se a reação positiva de mais de 120 pessoas, além de comentários que enaltecem a imagem e o seu significado. Os elementos da natureza atraem os olhares daqueles que conseguem conectar o estar próximo da natureza com a felicidade genuína, sentimento que não é composto pelo que se tem, e sim pelo que se é. Há um movimento crescente, bastante significativo, de pessoas que vêm buscando uma conexão maior com os elementos da natureza para conectar-se mais profundamente consigo mesmas, com o espaço e com as outras pessoas e alcançar o sentimento de felicidade e bem estar.

#### **4.2.2 Cursos e vivências: uma busca pela felicidade?**

As comunidades de Campina e Piracanga realizam muitas vivências, cursos e workshops em seus espaços. Atualmente, em face da pandemia de Covid-19, essas atividades estão sendo desenvolvidas de forma remota. As informações referentes foram dadas no Capítulo 2 deste estudo. Os cursos são abertos à comunidade, como forma de divulgação dos propósitos e busca de recursos financeiros para a manutenção de projetos.

Nesta subseção serão analisadas algumas imagens relacionadas a cursos e vivências oferecidos pelas comunidades, observando-se os elementos que compõem estas imagens, seus respectivos textos e comentários.

Figura 35 – Postagem 6 – Print Facebook Comunidade Campina



Fonte: Facebook Comunidade Campina (2020)

### Texto da Postagem:

A Comunidade Campina está localizada no Vale do Capão, vizinha do Parque Nacional da Chapada Diamantina, Município de Palmeiras, Bahia.

Existe desde 1991, quando um grupo de pessoas decidiu viver de forma mais integrada com a natureza, iniciando a construção de uma vida comunitária em busca da melhoria da qualidade de vida.

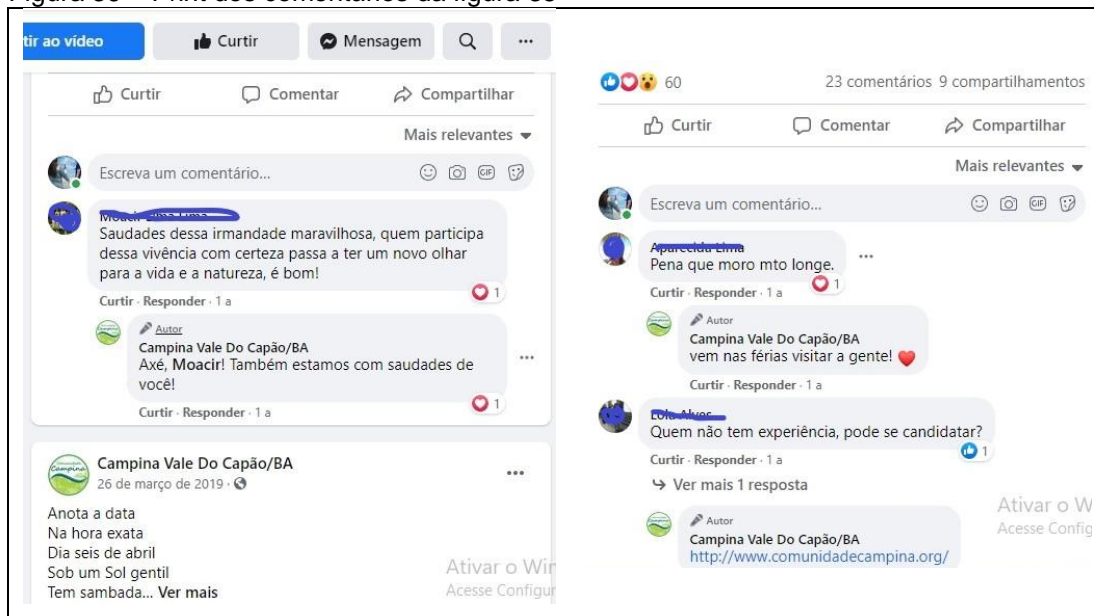
A Comunidade se empenha na produção orgânica de alimentos, ervas medicinais, permacultura, produtos medicinais e cosméticos (sabonetes, pomadas, tinturas), implantando sistemas permaculturais integrados desde janeiro de 1998.

A maioria dos integrantes mora em casas ecológicas de adobe e mantém isso como critério para novas construções.

O reflorestamento e a agro-floresta são práticas comunitárias que vem recuperando uma área que antes fora usada como pasto e passou por diversas queimadas.

A Comunidade Campina disponibiliza aos buscadores o conjunto de conhecimentos adquiridos em 27 anos de um experimento socioambiental que tem mudado a vida de muitas pessoas, enquanto trabalha na reconstrução ecológica do lugar (FACEBOOK COMUNIDADE CAMPINA, 2020).

Figura 36 – Print dos comentários da figura 35



Fonte: Facebook Comunidade Campina (2020)

A figura 35 representa o material de divulgação de um curso sobre os saberes da natureza, no qual a comunidade de Campina ensina a trabalhar com água, energia e <sup>23</sup>bioconstrução. A imagem em destaque traz um coração na cor verde, cor que na esfera simbólica é ligada diretamente a situações que tenham relação com a natureza, e dentro desse coração lê-se em destaque a frase: “De volta à natureza, saberes da Campina.

O texto tem o propósito de despertar no receptor da mensagem, valores e possibilidades de utilização da natureza como ferramenta de construção. Complementando a imagem, rodeando o coração, percebe-se a simbologia da cidade, representada por carros e prédios, uma cidade que vem perdendo há muito tempo suas áreas verdes, sendo construída concreto cinzento dos arranha-céus, causando o afastamento do sujeito das benesses da natureza. Ainda compondo a imagem, tem-se a simbologia do campo, representado por árvores, plantas e casas, elementos que estão interligados por setas, retroalimentando-se.

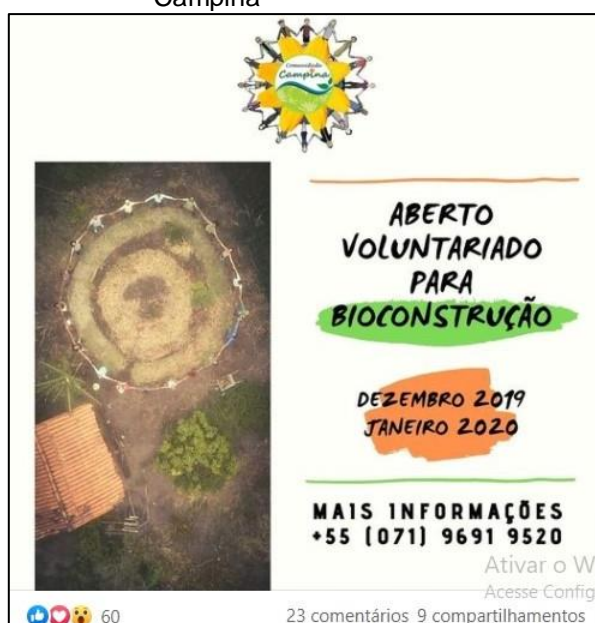
<sup>23</sup> O conceito de Bioconstrução engloba diversas técnicas da arquitetura vernacular mundial, algumas delas com centenas de anos de história e experiência, tendo como característica a preferência por materiais do local, como a terra, diminuindo gastos com fabricação e transporte e construindo habitações com custo reduzido e que oferecem excelente conforto térmico (SOARES, 1998).

A imagem possui uma carga simbólica que culmina com os conceitos de sustentabilidade, tema tão abordado na atualidade e foco central das comunidades em estudo. A sustentabilidade é algo que permeia as discussões dentro da contemporaneidade, como forma de olhar pilares básicos, tais como o social, o ambiental e o econômico, de forma equilibrada, tendo como premissas o ecologicamente correto, o economicamente viável, o socialmente justo e o culturalmente diverso.

A imagem descrita acima é complementada pelo texto da postagem que apresenta as condições do curso e estimula os possíveis interessados a aprenderem sobre bioconstrução e utilização sustentável da água. O público-alvo da postagem são pessoas que já se sentem atraídas pela temática e buscam trabalhar melhor com as ferramentas expostas na capacitação. Parte desse público pode ser denominado de “neorrural”, ou seja, quem busca uma vida mais sustentável, próxima ao campo e preocupada com os impactos do consumo exagerado, fazendo parte dos anseios ampliar os conhecimentos e técnicas que possam auxiliar nessa vida mais sustentável.

O comentário em destaque na figura 36 mostra uma pessoa dando um depoimento sobre como é transformadora a experiência de participar desse tipo de vivência, que lhe trouxe um novo olhar para vida e a natureza, demonstrando conexão com o conteúdo divulgado.

Figura 37 – Postagem 7 – Print do Facebook de Campina

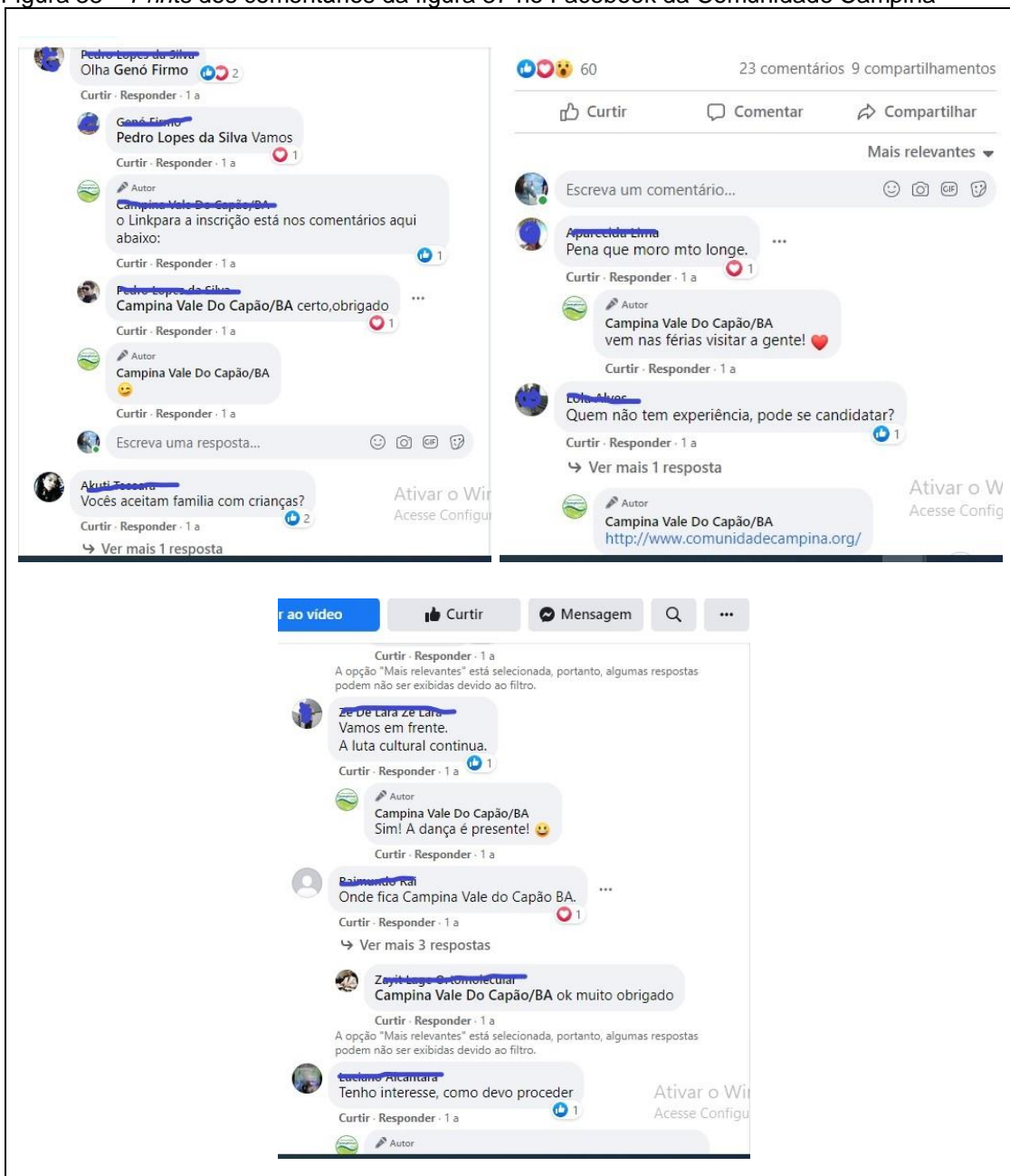


Fonte: Facebook de Campina (2020)

Texto da postagem:

“Vem pra Campina!  
[#bioconstrução](#) [#adobe](#) [#taipa](#) [#reboconatural](#) [#tintadaterra](#)  
[#alicercedepedra](#) [#comunidadecampina](#)” (FACEBOOK DE CAMPINA,  
 2020).

Figura 38 – Prints dos comentários da figura 37 no Facebook da Comunidade Campina



Fonte: Facebook da Comunidade Campina (2020)

Ainda seguindo a mesma temática da sustentabilidade, a sétima postagem, que aparece na figura 37, convida as pessoas a participarem como voluntárias em Campina por um mês, experienciando o dia a dia, aprendendo as rotinas, com foco nas práticas de bioconstrução. No texto, as pessoas são

convidadas a conhecerem a comunidade, e a imagem em destaque é uma foto aérea, com pessoas de mãos dadas, representando união entre elas, uma vida compartilhada e feliz. É uma imagem que corrobora o sentimento de vida na qual as decisões, os bens materiais, a natureza e as relações entre as pessoas estão sob a ótica do compartilhamento. Ao analisar os comentários acerca da figura 38, percebe-se um grande interesse em passar pela experiência, como tornar isso possível e quais as condições para inscrever-se, o que significa que há um público genuinamente interessado em vivenciar um modo de vida diferente. Esse post recebeu 60 curtidas, 23 comentários e 9 compartilhamentos.

Esta imagem serve de “gatilho” para os que se sentem cansados de viver na cidade grande, onde, de modo geral, ser feliz está mais atrelado a ter do que a ser, pois, como afirma Lipovetsky (1970, p. 102), “espalha-se toda uma cultura que convida a apreciar os prazeres do instante, a gozar a felicidade aqui e agora, a viver para si mesmo”. Assim, em contrapartida, muitas pessoas decidem tomar uma outra rota e buscar um modo de vida distinto dos padrões sociais exigidos na contemporaneidade. pausa

Figura 39 – Postagem 8 – *Print* Instagram da Comunidade Campina



Fonte: Instagram da Comunidade Campina (2020)

Texto da Postagem:

🧙 \*CARTA DA SEMANA\* 🧙

✦✦ \*ORÁCULO DA ILUMINAÇÃO Inkiri Piracanga  
De 9 a 15 de novembro  
Essência da CONFIANÇA

A confiança é o que nos permite avançar. São os nossos pés.  
É a ferramenta para a conquista que nos trará paz e harmonia.  
Comece por confiar em si próprio, que somos todos seres de luz e que, através do verdadeiro sentir da nossa essência, absolutamente tudo é perfeito. Confie que você é merecedor do milagre da vida, que somos um com o todo, somos amor, somos luz.

Inspire-se nas crianças, que são pura confiança, tão simplesmente entrega. Desfrute dessa viagem ao ilimitado da luz, da sua visão, da sua intuição e perceba a coragem que seu coração vibra. Mesmo sem saber aonde vai, você confia no plano divino e segue seu caminho até o ilimitado. Há um plano divino em tudo e ele está no ilimitado dos seus verdadeiros sonhos. Não há o que buscar quando você confia; há um caminho a se trilhar, passo a passo, escolhendo e confiando em suas escolhas a cada instante. Confiar é se entregar a esse plano, fazer o melhor que você pode por ele, trazendo harmonia e tranquilidade absoluta em seu caminhar. Confie que o plano divino inspira seu espírito a todo instante, centre-se em sua confiança e ouvirá a voz da sua essência e dos anjos a te guiar. A confiança é o que te faz receber aquilo que o seu espírito te pede.

Marque aqui alguém para compartilhar essa mensagem ♥

Saiba mais sobre o Oráculo da Iluminação <http://ow.ly/e0cA50wKFLl>  
Você pode adquirir seu Oráculo pelo link da Loja Inkiri na nossa bio! :)  
(INSTAGRAM DA COMUNIDADE CAMPINA, 2020).

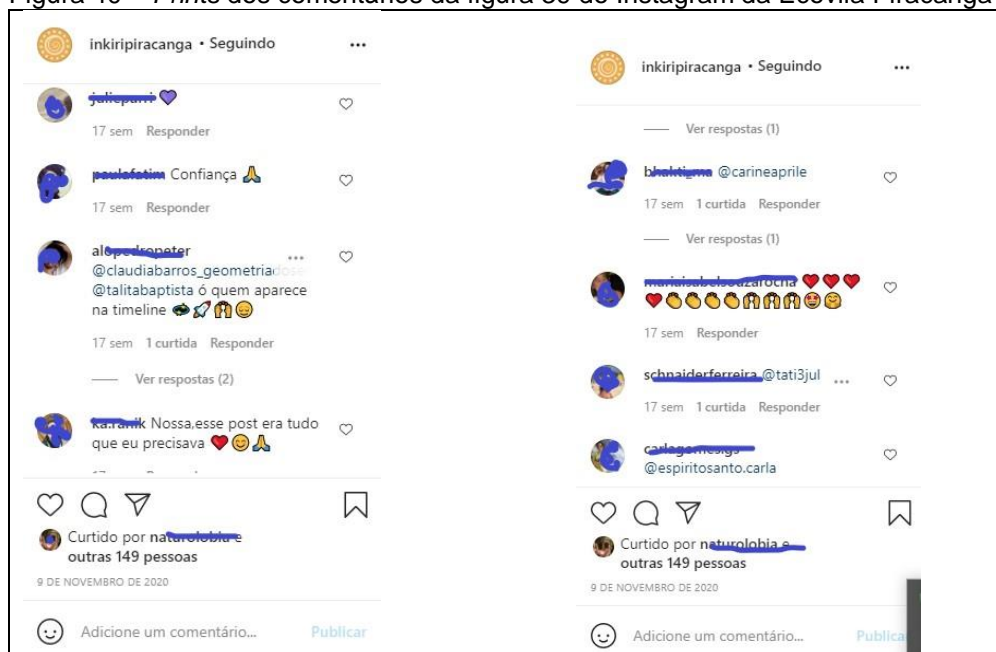
A imagem representada pela figura 39 é uma carta de um oráculo com uma figura feminina, vestida com roupas leves, de cores claras, com um feixe de luz saindo do centro e sendo irradiado. O texto-suporte emite uma carga emocional ao explicitar a dádiva da confiança, da entrega dos acontecimentos na mão de uma força divina.

Esta é uma temática bastante explorada na busca da felicidade integralizada em corpo, alma e mente, já discutida no Capítulo 1, onde um dos prismas da felicidade está ligado ao entendimento da conexão com algo divino e superior, conforme afirma Freire Filho (2010, p. 64):

Desprovido da estima ou do respeito temeroso por normas e finalidades religiosas ou utópicas, o caminho para a vida feliz tende a ser pavimentado, atualmente, por apropriações informais e ecléticas de saberes e práticas de uma renovada cultura psicológica e de um estendido campo terapêutico. Propaga-se, entre as camadas médias e altas dos centros urbanos, um cardápio “psico-filosófico-espiritual” (GARNOUSSI, 2005) multiforme, mas com uma proeminente característica em comum: a orientação prática motivada pelo imperativo do bem-viver. Promessas de apaziguamento mental e empoderamento instantâneo sobrepujam a oferta de privilégios e dádivas ultramundanas.

Relativamente a esta afirmação de Freire Filho, o caminho da felicidade vem pavimentado pelo cultivo do lado espiritual, de uma vida em equilíbrio entre mente e corpo. Nos comentários sinalizados na figura 40, percebe-se uma conexão com o assunto, pessoas marcando outras pessoas com a intenção de propagar a mensagem, que faz parte de um sentimento e de ideias em comum. As mídias sociais têm a capacidade de agregar grupos com mesmos propósitos e intenções e fomentar pontos de vistas compartilhados.

Figura 40 – Prints dos comentários da figura 39 do Instagram da Ecovila Piracanga



Fonte: Instagram da Ecovila Piracanga (2020)

Figura 41 – Postagem 9 – Print do Facebook Ecovila Piracanga



Fonte: Facebook Ecovila Piracanga (2020)

### Texto da Postagem:

“Quer assumir com coragem a responsabilidade da sua própria felicidade? Vem pra aula aberta e GRATUITA: Felicidade hedônica vs Felicidade Genuína 🌸

Essa aula é um convite para você que está realmente comprometid@ com a sua felicidade. É um convite para você ser corajos@ e assumir a responsabilidade da sua própria vida, pois verá que só você é @ autor/a do seu destino e, mesmo o mundo estando em turbulência, você tem o potencial de cultivar uma mente feliz, criar as condições para a felicidade genuína e até de se tornar um canal de felicidade para outros seres também.

Talvez aquela felicidade que muitos procuramos como algo eterno que queremos alcançar ou que é resultado de algo que conquistamos seja passageira ou até uma grande ilusão. Mesmo que a conquista do que desejamos possa nos trazer alegria, se vemos a realidade como ela é, esse momento de alegria é sucedido por outro de tristeza, pois vivemos num mundo de impermanências.

Nessa aula vamos nos aprofundar na diferença entre a felicidade que depende daquilo que obtemos do mundo e uma felicidade que podemos cultivar dentro de nós, que depende de nós mesmos. Começaremos a abrir caminhos para aprofundarmos nesse cultivo que nos leva para uma felicidade genuína.

Vamos assumir a responsabilidade pela nossa felicidade com coragem?” (FACEBOOK ECOVILA PIRACANGA, 2020).

Os conceitos de Mateus (2013) abordam a questão da criação de nichos dentro das redes sociais, aproximando as pessoas e fazendo-as interagir com assuntos e temáticas que lhes são próximos. Em conexão de conteúdo e corroborando com o que foi discutido na análise da figura 39, onde a felicidade está atrelada ao conhecimento interior, busca pela confiança e entrega a uma energia superior, a figura 41 também convida o público a entender as diferenças entre a felicidade hedônica e a felicidade genuína. Esta imagem é composta, também, por uma figura de mulher se projetando para frente, como se estivesse dando um passo rumo ao encontro de algo, da felicidade genuína sendo a postagem, portanto, é um convite à reflexão e compreensão do tipo de felicidade que de fato importa para o autoconhecimento e as inter-relações.

É importante pontuar que em todas as imagens analisadas encontra-se a preocupação de apresentar uma nova possibilidade de vida. Os conteúdos são respaldados pelas características das redes sociais que propiciam conexão, mobilidade, interações e compartilhamento de ideias, auxiliando na criação de pensamentos com pontos de convergência e equidade.

### 4.2.3 Um dia a dia simples, retratos de felicidade?

Esta subseção faz uma análise das imagens que representam o dia a dia nas comunidades de Campina e Piracanga. Suas práticas e rotinas são retratadas nas postagens a seguir.

Figura 42 – Postagem 10 – *Print* do Instagram Ecovila Piracanga



Fonte: Instagram da Ecovila Piracanga (2020)

#### Texto postagem:

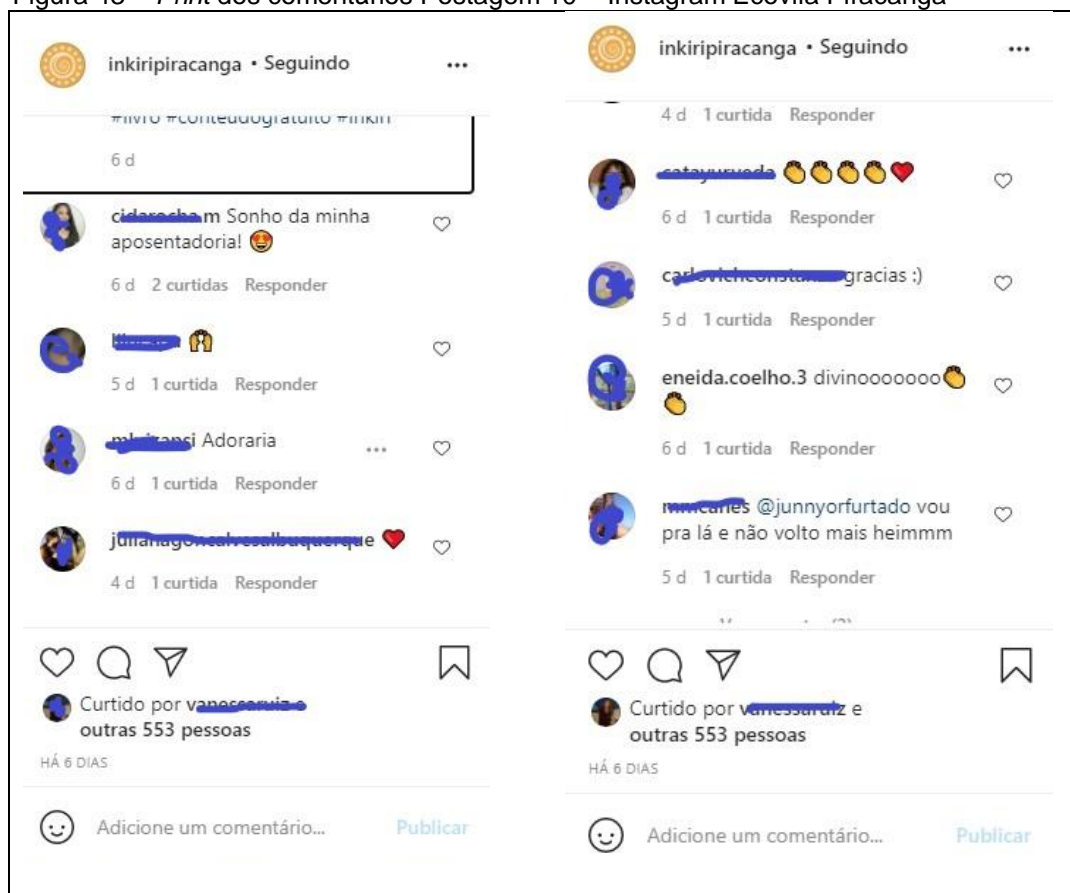
Vemos que está aumentando o número de pessoas em busca de uma vida com mais qualidade e perto da natureza. 🌿🍃 Se identifica?

Muitas pessoas entram em contato com a gente para descobrir mais sobre ecovilas e vida em comunidade, por isso estamos disponibilizando um E-BOOK GRATUITO sobre o assunto! Os textos do livro abordam diferentes aspectos da vida em comunidade a partir da experiência da Comunidade Inkiri.

Conteúdo:

- ✓ Vida em Comunidade: Sonho Coletivo
- ✓ Paciência: Virtude que nasce em Comunidade
- ✓ Comunicação: O calcanhar de Aquiles da Vida em Comunidade
- ✓ Lifelong Learning e Vida em Comunidade: Aprendendo a Ser Aprendiz em Eterna Pesquisa Sobre a Vida
- ✓ Poesia "Pode Fazer Parte". (INSTAGRAM DA ECOVILA PIRACANGA, 2020).

Figura 43 – *Print* dos comentários Postagem 10 – Instagram Ecovila Piracanga



Fonte: Instagram da Ecovila Piracanga (2020)

A figura 42 é composta de uma foto onde se vê o encontro do Rio Piracanga com o mar, sob um céu muito azul. Ao fundo, pessoas formam um círculo e, mais à frente, crianças brincam livremente no rio, completando, assim, um cenário bucólico, tranquilo e convidativo, o que por si só já é muito significativo. O título, em *caps lock*, “VIDA EM COMUNIDADE”, sugere que a foto em referência representa o que significa viver de forma compartilhada. A postagem convida os seguidores/internautas a conhecerem Piracanga e a baixarem um *e-book* explicativo sobre o dia a dia em uma comunidade. O texto da postagem já inicia falando que está cada vez mais comum as pessoas buscarem uma vida com mais qualidade e perto da natureza, e no decorrer do texto as características dessa vida em comum vão sendo descritas.

A questão levantada na postagem foi trabalhada nos capítulos 1 e 2 deste estudo, onde se abordou bastante a busca do Bem-Estar e do Bem

Viver, assim como o conceito de neorrural e sua busca por uma vida mais desacelerada, a partir do conceito do *slow living*.

É uma revolução cultural contra a noção de que mais rápido é sempre melhor. Isso não significa adotar um ritmo de lesma”, ressalta. “Trata-se de encontrar o andamento certo, apreciando o tempo em vez de apenas contá-lo. Fazer tudo da melhor maneira possível, em vez de o mais rápido possível. É uma questão de qualidade e não de quantidade, seja em qual âmbito for (HONORÉ, 2019, p.127).

Trata-se de um movimento que se apresenta como uma revolução cultural e que traz consigo a noção de que nem sempre o mais rápido é o melhor, que é necessário adotar o ritmo certo, apreciando o que de fato importa, buscando qualidade de vida.

Na contramão do desenvolvimento caótico das grandes cidades, muitas pessoas, de fato, buscam uma outra rota de vida alternativa, e é exatamente esta a temática que a postagem em análise aborda, uma mudança de paradigma de vida. É importante salientar que a referida postagem obteve 553 curtidas e sete comentários como sinalizado na figura 43. Nos comentários, as pessoas reagem com *emojis* de coração, escrevem que querem ir, chamam o movimento de divino, afirmam que é o sonho da aposentadoria, ou seja, sentem-se contempladas com o que é abordado no post.

Figura 44 – Postagem 11 – *Print* do Instagram Campina

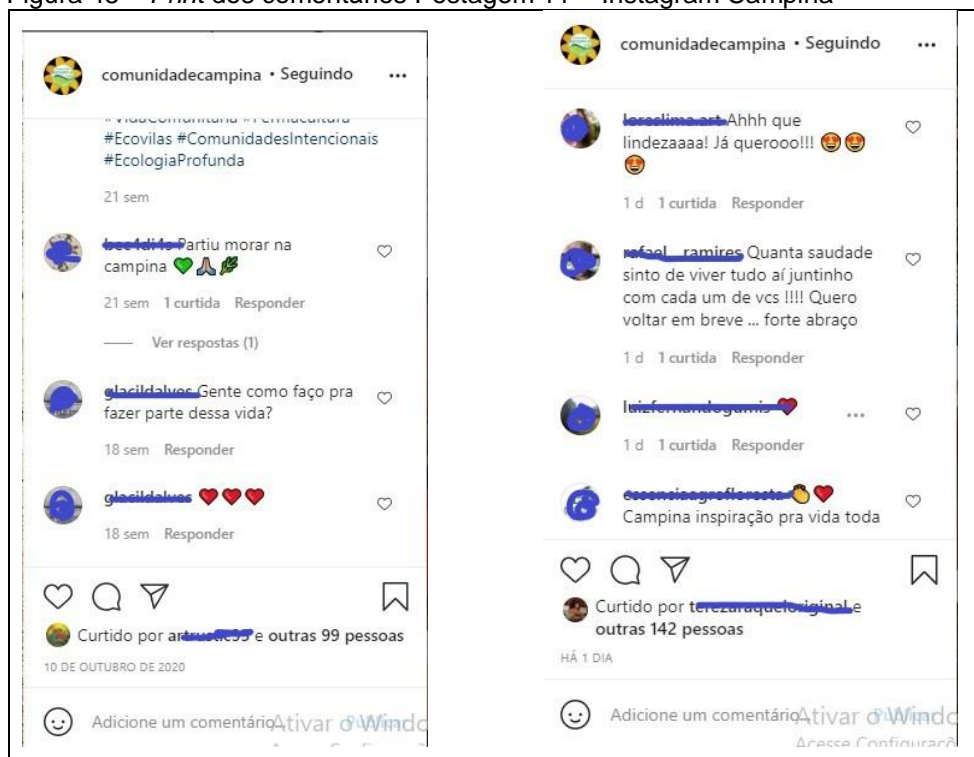


Fonte: Instagram Campina (2020)

### Texto Legenda:

Olá irmandade! Vamos conhecer o modo de vida comunitário vivenciado na Campina? Seguem informações básicas de como funciona esse percurso para nos conhecer e, se você se identificar e quiser fazer parte da comunidade, morar conosco! (INSTAGRAM CAMPINA, 2020).

Figura 45 – Print dos comentários Postagem 11 – Instagram Campina



Fonte: Instagram Campina (2020)

Seguindo a mesma temática de conteúdo, a de apresentar as características do viver em comunidade, a imagem representada na figura 44 faz um convite para as pessoas conhecerem Campina. Esta traz a foto de uma montanha, muito verde, que parece ser em algum lugar da Chapada Diamantina, local onde a comunidade se encontra. Percebe-se a intencionalidade de usar os elementos simbólicos da natureza como forma de atração para o post. Complementando a imagem, tem-se o texto principal que chama as pessoas a experienciar a vida em comunidade, e a legenda reforça o convite e deixa aberta a possibilidade de os interessados passarem a morar em Campina.

Assim como no post analisado anteriormente, a figura 44 também teve boa receptividade por parte dos internautas/seguidores, observando-se

mais de 150 curtidas e sete comentários de acordo com a figura 45. Os comentários são positivos, desde as declarações da intenção de ir morar em Campina até o interesse de saber como fazer parte da vida comunitária, além de um que chama a atenção por parecer ser de uma pessoa que já experienciou a vida na comunidade, foi embora e afirma querer voltar.

Os elementos textuais, fotográficos reúnem um simbolismo que também coincidem com os conceitos do *slow living*, uma vida menos acelerada, com propósitos pessoais mais definidos, onde o cuidado com a paz interior, o autoconhecimento e a busca de equilíbrio entre o dia a dia e os recursos ambientais são pontos-chave.

Dentro do conceito de viver de forma mais tranquila, próximo à natureza, muitas pessoas migram da cidade para a zona rural, uma tendência que vem crescendo muito no Brasil. Segundo o site *Viver fora do sistema*, é cada vez mais comum pessoas venderem seus apartamentos e comprarem alguma propriedade onde possam viver e trabalhar.

O sonho de sair da cidade grande têm motivado muitos brasileiros a se informarem mais sobre alternativas, como comprar uma terra em conjunto com amigos para fundar comunidades, condomínios sustentáveis e até mesmo ecovilas. O desejo de mudar de vida têm movido milhares de pessoas no fluxo reverso. **Muitas pessoas passaram a dar valor àquele sítio da família esquecido**, procurando formas de gerar renda a partir da terra (VIVENDO FORA DO SISTEMA, 2020).

Para os neorrurais, praticantes do movimento de desaceleração do dia a dia, trabalhar perto de casa, de onde se quiser, é um ponto de atração muito grande. Transformar a prática do trabalho em algo menos desgastante é um ponto focal para as pessoas que enxergam a felicidade como ter uma vida menos corrida e mais prazerosa. E é cada vez mais possível trabalhar fora das grandes cidades, uma vez que com o suporte da internet as conexões ficaram ainda mais rápidas, propiciando a desterritorialização dos espaços de trabalho.

Figura 46 – Postagem 12 – Facebook Ecovila Piracanga



Fonte: Facebook Ecovila Piracanga (2020)

#### Texto da Postagem:

“Você sabe qual é o sentido do seu trabalho?

Percebi que grande parte da minha vida eu passo trabalhando e eu não queria que esse período fosse apenas algo para eu ganhar dinheiro, reconhecimento e me estressar. Eu queria compreender qual era o sentido verdadeiro disso tudo. (Pedro Camilo)

No curso Trabalho é Espiritualidade, Pedro Camilo compartilha algumas ferramentas para você buscar aproveitar todos os momentos do dia em que está trabalhando para a sua evolução.

Trabalho é Espiritualidade (FACEBOOK ECOVILA PIRACANGA, 2020).

Seguindo esse conceito, na imagem da figura 46 observa-se uma mulher sentada à beira de um rio, com um notebook entre as pernas, cabelos ao vento, roupa simples e uma paisagem muito bonita. A foto representa bem os anseios dos que decidem romper com a cidade caótica e passar a exercer um ofício de onde quiserem. O texto da postagem convida o internauta/seguidor a participar de uma *live*, durante a qual serão discutidos os propósitos do trabalho, questionando seu sentido e o que se pode fazer para torná-lo mais interessante, afinal, trabalho é espiritualidade.

A imagem traz com consigo a possibilidade de um trabalho executado fora das grandes salas de reunião, distanciado da batalha diária para se destacar, ser reconhecido, ganhar mais, gastar mais e retroalimentar o

estresse e a fadiga do dia a dia em grandes corporações. A simbologia impregnada nessa imagem resume os anseios daqueles que buscam uma transformação de vida, de poder executar as suas tarefas de onde quiser, um fenômeno chamado de “*Anywhere Office*”<sup>24</sup>. Para essas pessoas, a felicidade pode estar em conseguir tal autonomia.

Figura 47 – Postagem 13 – Instagram da Comunidade Campina



Fonte: Instagram da Comunidade Campina (2020)

Texto da postagem: “Respiração é vida” (INSTAGRAM DA COMUNIDADE CAMPINA, 2020).

Figura 61 – Print dos comentários da imagem 13 – Instagram da Comunidade Campina



Fonte: Instagram da Comunidade Campina (2020)

<sup>24</sup> Nova tendência de modelo de trabalho, em que as atividades podem ser executadas a partir de qualquer lugar (*Você S/A*).

A figura 47 traz a foto de duas mulheres, uma de frente para a outra, numa prática de respiração, tendo ao fundo plantas e árvores. Uma das mulheres está apertando uma das narinas, prática muito comum para quem utiliza técnicas de respiração no dia a dia. Complementado a postagem, tem-se o texto da legenda, que afirma que respiração é vida.

Esta imagem tem signos que representam não apenas a prática da respiração como forma de aplacar a ansiedade, ou como crescimento espiritual, mas também uma rotina da comunidade, algo que faz parte de um dia a dia em que é possível parar, respirar e olhar-se de dentro para fora. Considerando os acessos ao perfil, é possível deduzir que há uma identificação com o tema, já que a postagem foi curtida 246 vezes como pode ser visto na figura 48.

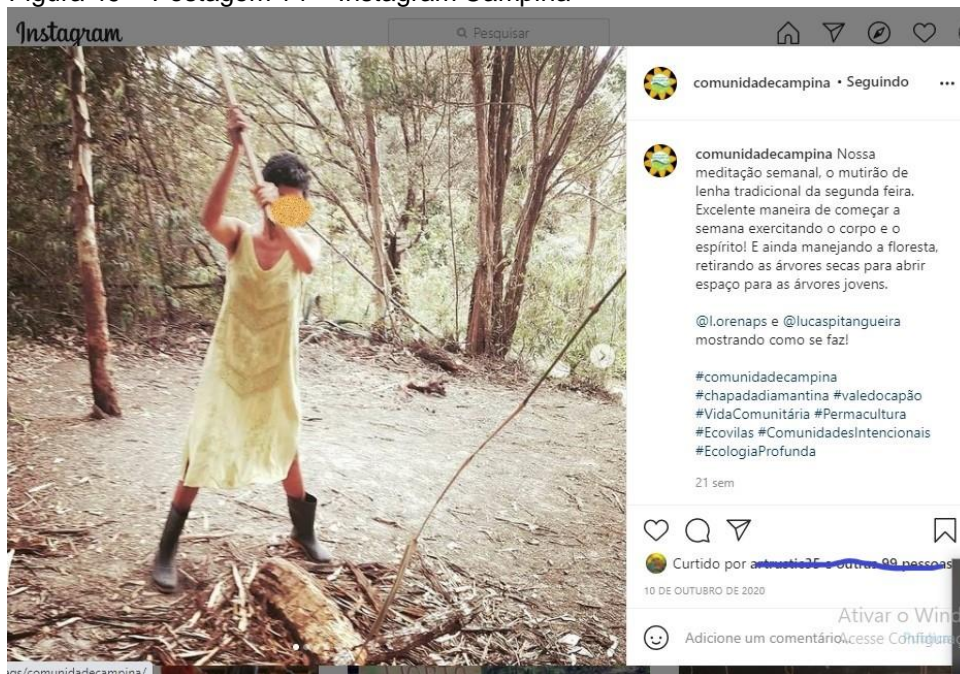
A felicidade é vista e sentida pelo sujeito das mais diversas formas. São muitas as possibilidades, conectando-se a muitos imaginários. É por isso que além de se sentir feliz trabalhando de onde se quer, como já foi dito, a felicidade pode estar atrelada à busca pelo bem-estar físico e psíquico, ou seja, o equilíbrio entre mente e corpo como forma de permitir-se senti-la integralmente.

Há uma tendência atual pela busca de uma felicidade mais integralizada, conectada com atividades como técnicas de respiração, prática de yoga, alimentação mais saudável e, conseqüentemente, equilíbrio entre mente e corpo, conforme afirma Freire Filho (2010, p.120):

Assim, a indústria do bem-estar e do aprimoramento pessoal se expande dia-a-dia oferecendo um leque invejável de produtos e serviços com palestras e workshops motivacionais; DVDs e CDs acompanhados de terapias diversas como: comportamental, holística, do amor, do riso, de plantas, bioenergética, de linha oriental, indígena ou até extraterrena; serviços de coaching presencial e a distância atendendo as categorias de pessoal e empresarial.

O sujeito tenta organizar o seu interior, já que se encontra cansado de não conseguir mudar o que acontece externamente. A imagem simboliza o anseio do sujeito contemporâneo de encontrar dentro de si a felicidade.

Figura 49 – Postagem 14 – Instagram Campina



Fonte: Instagram Campina (2020)

Texto Legenda:

Nossa meditação semanal, o mutirão de lenha tradicional da segunda feira. Excelente maneira de começar a semana exercitando o corpo e o espírito! E ainda manejando a floresta, retirando as árvores secas para abrir espaço para as árvores jovens (INSTAGRAM CAMPINA, 2020).

Figura 50 – Print dos comentários da Postagem 14 – Instagram da Campina



Fonte: Instagram da Campina (2020)

A figura 49 é representada pela foto de uma mulher com um vestido amarelo, calçada com botas estilo “sete léguas” e erguendo uma ferramenta agrícola, dando a entender que estaria em movimento para cortar a lenha. Ao fundo, vê-se a imagem da mata presente na comunidade. Reforçando a simbologia da imagem, o texto da legenda fala de começar a semana meditando, fazendo o “mutirão da lenha”, atividades que para os moradores de Campina só trazem benefícios ao corpo e à alma.

Esta é mais uma imagem carregada de simbologia, pois não se trata apenas de uma mulher empunhando uma ferramenta agrícola, e sim da representação de um estilo de vida comungado por todos na comunidade, um viver simples, que cuida do ser humano de forma integral – de sua mente, seu corpo e sua alma.

Como discutido na figura 47 o tema da felicidade atrelada ao equilíbrio entre mente e corpo tem grande apelo na contemporaneidade, haja vista muitas pessoas estarem tentando desenvolver tal equação, o que se percebe ao analisar as reações. A postagem alcançou 99 curtidas, sugerindo que essas pessoas se sentiram conectadas com a mensagem que o post quis passar. Nos comentários, questiona-se o que fazer para ter uma vida assim e manifesta-se o desejo de partir rumo à comunidade. A foto desperta naqueles que a veem um imaginário de vida feliz, de vida em equilíbrio, essas pessoas já se sentem atraídas pela simplicidade, fica claro no texto da postagem que meditar, cuidar da lenha e retirar as folhas secas para que as novas possam brotar é uma excelente forma de começar a semana.

Sem dúvida, trata-se de uma maneira de começar a semana completamente diferente da enfrentada por quem mora nas grandes cidades. Para a maioria desses últimos, a segunda-feira começa num trânsito caótico, dentro de ônibus, vagões de trem ou metrô lotados, a caminho de uma jornada de trabalho exaustiva e, não raro, entremeada por reuniões que pressionam pelo cumprimento de metas corporativas. São diferentes formas de começar uma segunda-feira porque são diferentes ângulos de ver a vida, diferentes modos de perceber-se, diferentes formas de dimensionar o estado de felicidade.

Percebe-se que as imagens acima analisadas trazem apelos simbólicos de grande relevância por tocarem em pontos importantes, tais

como: exposição dos elementos da natureza, cursos e vivências atrelados a sustentabilidade e conexão com a essência do ser e a dinâmica do viver em comunidade. Tais imagens disparam gatilhos no sujeito que já possui alguma conexão com o que é apresentado nas figuras, as reações acontecem porque o sujeito, receptor da mensagem, carrega vivências que o fazem criar imaginários de bem-estar e felicidade com o que está sendo exposto, atraindo o olhar e a atenção de pessoas que dentro do seu coletivo social, cultural e histórico veem nesses símbolos um catalisador para a composição de imaginários já preestabelecidos e em constante transformação.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Falar de felicidade não é simples. Trata-se de um tema emblemático, carregado de simbologias, um sentimento que pode ser – e é – interpretado de diversas formas, de acordo com o significado e o sentido que cada sujeito lhe atribui, em diferentes tempos e sob perspectivas diversas. Ao observarmos a história da humanidade é possível verificar que o tema felicidade é tratado em todas as épocas, que o desejo de vivenciar tal sensação permeia todas as etapas de transformação da humanidade e que cada fase tem sua peculiaridade.

Na Idade Média, a felicidade estava fundamentada no poder divino, na vontade de Deus. Na Idade Moderna, calcava-se no racional, o homem era o centro de tudo, inclusive da sua felicidade. Já na contemporaneidade, aparentemente, a felicidade pode ser encontrada em prateleiras, uma vez que o consumo, a capacidade de ter tornou-se o grande viés da sensação de estar bem.

Nos dias atuais, as relações se mostram mais voláteis, nada é feito para durar, o ter se sobrepõe ao ser, a vida está cada vez mais agitada, falta tempo para contemplar as coisas simples, como caminhar no parque, ir a uma padaria ou simplesmente parar e respirar. A felicidade é imposta e tem fórmula: ser bonito(a), magro(a), malhar, meditar e, principalmente, conseguir muitas curtidas nas redes sociais.

Neste estudo foi observado que a felicidade pode assumir diversos papéis, que o seu imaginário vai se formando a partir das vivências e experiências do sujeito na construção da relação consigo mesmo e com o outro, permitindo, assim, que novos olhares surjam para tal sentimento.

Ao falar em um novo olhar para a felicidade, o estudo buscou compreender o porquê da formação das comunidades alternativas, seu entendimento sobre felicidade e a criação desses imaginários por meio das redes sociais.

Esta pesquisa não se arvora a responder todos os questionamentos sobre os imaginários de felicidade, muito menos a esgotar os motivos que levam as pessoas a buscarem uma nova forma de viver, de sentir a felicidade, mas traz consigo pontos importantes de atenção sobre as relações das

comunidades alternativas, suas peculiaridades e intenções, desembocando na criação de um imaginário de felicidade baseado no viver de forma simples e perto da natureza.

Durante todo o estudo as ecovilas de Campina e Piracanga, localizadas no estado da Bahia, foram apresentadas ao leitor como uma rota de escape da vida caótica presente nos grandes centros urbanos, da cidade cinza, composta de concreto e mazelas. A principal intenção de uma pessoa quando opta por viver em uma comunidade alternativa, sem dúvida, é experienciar uma outra forma de vida, na qual a simplicidade e a proximidade da natureza constituem os elementos principais para encontrar a possível felicidade

No Capítulo 3, onde se desenhou a dinâmica das vivências nas comunidades em estudo, percebe-se que a busca pelo rompimento com o urbano, na verdade, é uma tentativa de transformar-se interiormente, de viver uma vida em harmonia com o ecossistema e, especialmente, de viver uma vida compartilhada.

Apesar desse afastamento do que é urbano, como a vida agitada das cidades, o trânsito complicado, a poluição e o estresse, além do consumo desenfreado, foi possível inferir, a partir deste estudo, que o rompimento não é total com a cidade. As comunidades intencionais de Campina e Piracanga mantêm contato com as pessoas do entorno das cidades onde estão localizadas e, indo além, mantêm contato com os sujeitos residentes nas cidades, por meio das redes sociais.

A partir das análises das redes sociais dessas duas comunidades foi possível perceber a relação de comunicação entre as ecovilas e os moradores das cidades. As redes sociais, portanto, configuram importante ferramenta digital na sua visibilidade, possibilitando a apresentação de seus ideais, propósitos, projetos e, principalmente, sua visão de mundo. As ferramentas digitais utilizadas por Campina e Piracanga visam projetar para fora dos muros de suas ecovilas toda a intencionalidade de se estar em uma vida compartilhada e baseada no Bem Viver.

As imagens selecionadas despertam em quem as vê um sentimento de reconhecimento daqueles símbolos como algo reconfortante, algo que faz conexão com o sentimento de felicidade. A partir desta análise, conclui-se que

as imagens simbolizando a natureza, suas belezas e encantos foram as mais curtidas e comentadas, provavelmente, porque os seguidores/ internautas se sentem atraídos pela simbologia arraigada nas postagens com esse tipo de conteúdo. As imagens abordando a vida em comunidade e convidando as pessoas a conhecerem e passarem pela experiência também obtiveram um grande número de curtidas e comentários, o que salienta que a temática referida agrada e cria interação com seguidores/internautas.

De acordo com o presente estudo, também é possível identificar que as redes sociais das comunidades analisadas são, de fato, um instrumento de muita valia e que conseguem, através da sua força enquanto ferramenta de comunicação, criar imaginários que propagam felicidade, sempre atrelados ao viver de forma simples, perto da natureza. É importante salientar que essas imagens são mais significativamente assimiladas por pessoas que já se sentem atraídas por este tipo de vida, que desejam estar em conexão com a natureza.

Desta forma, é possível entender que o imaginário de felicidade criado pelas imagens postadas nas redes sociais de Campina e Piracanga está atrelado à percepção de um mundo que se move de forma distinta, mas que nem todos conseguem construir uma imagem de felicidade oriunda desses tipos de postagem. Infere-se, portanto, que o imaginário é construído mediante a predisposição do sujeito em acatar algo como relevante ou não para sua existência, o que comprova que a felicidade é composta de diversas nuances, sendo a vida simples, a valorização do ser em detrimento do ter, uma delas.

## REFERÊNCIAS

- ACOSTA, A. *O Bem Viver: uma oportunidade para imaginar outros mundos*. Tradução: Tadeu Breda. São Paulo: Autonomia Literária/Elefante, 2016.
- AGAMBEN, Giorgio. *O que é o Contemporâneo? In: O que é o Contemporâneo? e outros ensaios*. Tradução: Vinícius Nicastro Honesko. Chapecó: Argos, 2009.
- AGOSTINHO, Santo. *Confissões*. São Paulo: Nova Cultural, 1995.
- ALMEIDA, Marco Antonio Betine; GUTIERREZ, Gustavo Luís; MARQUES, Renato. *Qualidade de vida: definição, conceitos e interfaces com outras áreas de pesquisa*. São Paulo: Each/USP, 2012.
- ANDRADE, C. F. S.; ORNELLAS, V. Editorial. *Revista. Educação Ambiental BE-597*, v. 3, p. 1, 2010. Disponível em: [http://www2.ib.unicamp.br/profs/eco\\_aplicada/revistas.htm](http://www2.ib.unicamp.br/profs/eco_aplicada/revistas.htm). Acesso em: 18 ago. 2020.
- AREMBEPE: paz, amor, memórias e artesanato marcam 51 anos da Aldeia Hippie. *Destaque 1*, 27 abr. 2019. Matéria de Carolina Torres. Disponível em: <https://destaque1.com/arembepe-paz-amor-memorias-e-artesanato-marcam-51-anos-da-aldeia-hippie>. Acesso em: 21 nov. 2020.
- ARGAN, Giulio Carlo. *História da arte como história da cidade*. Tradução: Pier Luigi Cabra. São Paulo: Martins Fontes, 1995.
- ARISTÓTELES. *Ética a Nicômaco*. São Paulo: Martin Clareck, 2009.
- ARRUDA, José Jobson de Andrade. *História antiga e medieval*. São Paulo: Ática, 1991.
- AUGÉ, Marc. *Não lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. São Paulo: Papirus, 2009.
- AUMONT, Jacques. *A Imagem*. 6. ed. Tradução: Estela dos Santos Abreu e Claudio C. Santoro. Campinas, SP: Papirus, 2001.
- BAKHTIN, Mikhail. *O freudismo: esboço crítico*. Tradução: Paulo Bezerra. Rio de Janeiro: Perspectiva, 2003.
- BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e Simulação*. Tradução: Maria João da Costa Pereira. Lisboa: Relógio D'água, 1981.
- BAUMAN, Zigmunt. *A Arte da Vida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.
- BAUMAN, Zygmunt. *Confiança e medo na cidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.
- BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

BAUMAN, Zygmunt. *Medo Líquido*. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida: sobre a fragilidade dos laços humanos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. *Retrotopia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.

BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BRANDÃO, Carlos Antônio Leite. *Um homem livre, uma cidade feliz*. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2013.

BRAUN, Ricardo. *Desenvolvimento ao Ponto Sustentável: Novos Paradigmas Ambientais*. Petrópolis: Vozes, 2001.

BUARQUE, Aurélio. *Dicionário da Língua Portuguesa*. São Paulo: Positivo, 2010.

BUENO, Magali Franco. *O imaginário sobre a Amazônia: uma leitura por meio dos discursos dos viajantes, do estado, dos livros didáticos de geografia e da mídia impressa 2002*. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

CALLIGARES, Contargo. *O Conto do Amor*. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

CANCLINI, Néstor. Cidades e cidadão imaginados pelos meios de comunicação. *Opinião pública*, Campinas, v. 8, n.1, p. 40-53, 2002.

CAPELLO, Giuliana. *Meio Ambiente e Ecovilas*. São Paulo: Senac São Paulo, 2013.

CARRASCOZA, João Anzanello. *Razão e sensibilidade no texto publicitário*. São Paulo: Futura, 2005.

CARVALHO, Isabel C. M; STEIL, Carlos A. A sacralização da natureza e a 'naturalização' do sagrado: aportes teóricos para a compreensão dos entrecruzamentos entre saúde, ecologia e espiritualidade. *Ambiente & Sociedade*, Campinas, v. 11, n. 2, p. 289-305, jul./dez. 2008.

CASTELLS, Manuel. *A Era da Informação: Economia Sociedade e Cultura. A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1.

CASTELLS, Manuel. *A Galáxia Internet: reflexões sobre Internet, negócios e sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian, 2004.

CASTORIÁDES, Cornélius. *A Instituição Imaginária da Sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 1982.

CHEVALIER, Jean; GHEERBRANT, Alain. *Dicionário de símbolos*. Rio de Janeiro: José Olympio, 2001.

COCA-COLA BRASIL. Disponível em: [https://twitter.com/cocacola\\_br?lang=pt](https://twitter.com/cocacola_br?lang=pt). Acesso em: 23 nov. 2020.

COMERCIAL Coca-Cola - Abra a felicidade. *YouTube*, 29 out. 2009. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YSIJT7yPFzo>. Acesso em: 23 nov. 2020.

COMUNIDADE CAMPINA. Disponível em: <http://www.comunidadecampina.org/>. Acesso em: 23 nov. 2020.

CONHEÇA pessoas como você que optaram por viver fora do sistema. *Viver fora do sistema*, 30 set. 2020. Disponível em: <https://viverforadosistema.org.br/conheca-pessoas-como-voce-que-optaram-por-viver-fora-do-sistema/>. Acesso em: 18 mar. 2021.

CORTELA, Mario Sérgio; KARNAL, Leandro; PONDÉ, Luiz Felipe. *Felicidade: modos de usar*. São Paulo: Planeta, 2019.

D'ALVIELLA, Conde Globet. *A migração dos símbolos*. Tradução: Hebe Way Ramos e Newton Roberval Eichenberg. São Paulo: Pensamento, 1995.

DAWSON, J. *Ecovillages: New Frontiers for Sustainability*. Green Books, 2015.

DELEUZE, Gilles. *Conversações*. Tradução: Peter Pál Pelbart de Pourparlers. São Paulo: Editora 34, 2007.

DIAS, E. B. M. A expansão da economia colaborativa e a necessidade de uma economia sustentável: um panorama do debate atual. 2016. Monografia (Bacharelado em Economia) – Instituto de Economia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

DIAS, M. A.; LOUREIRO, C. F. Educação ambiental nas experiências das ecovilas: integrando as dimensões de sustentabilidade. In: *IX EPEA - Encontro Pesquisa em Educação Ambiental*. Juiz de Fora: Universidade Federal de Juiz de Fora, Minas Gerais, 2017.

DUNKER, Cristian. *Mal-estar, Sofrimento e Sintonia*. São Paulo: Boitempo, 2015.

DUPAS, Gilberto. *Tensões contemporâneas entre o público e o privado*. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

ECO VILA CAMINHO DE ABROLHOS. Disponível em: <https://www.caminhodeabrolhos.com.br/>. Acesso em: 21 nov. 2020.

ECO VILA TIPUANA. Disponível em: <https://www.ecovilatipuana.com.br/site/localizacao/>. Acesso em: 21 nov. 2020.

ELIADE, M. *Imagens e símbolos: ensaio sobre o simbolismo mágico-religioso*. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

FERRER, Christian; FREIRE FILHO, João. Consumo de espetáculos e felicidade obrigatória: técnica e bem-estar na vida moderna. *In: Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Rio de Janeiro: FGV, 2010.

FREIRE FILHO, João. Renovações da filantropia televisiva: do assistencialismo populista à terapia do estilo. *In: A TV em transição*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

FREIRE FILHO, João. *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. São Paulo: FGV, 2010.

FREUD, Sigmund, Além do princípio de prazer (1920). *In: Obras psicológicas de - Escritos sobre a Psicologia do Inconsciente (1915-1920)*. Tradução: Luiz Alberto Hanns. Rio de Janeiro: Imago, 2006. v. 2.

FREUD, Sigmund, O mal estar da Civilização. Tradução: Paulo César de Souza. Rio de Janeiro: Imago, 2011. v. 2.

FRÚGOLI, Heitor Jr. *Sociabilidade Urbana*. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

GAIA EDUCATION. *Educação para o Design de Ecovilas*. Versão 5, 2012.

GIANNETTI, Eduardo. *Felicidade, diálogos sobre o bem-estar da civilização*. São Paulo: Cia das Letras, 2002.

GRACIOSO, Joel. *Interioridade e Filosofia do Espírito nas Confissões de Santo Agostinho*. 2010. Tese (Doutorado em Filosofia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

GRAZILIANO DA SILVA, J. *O novo rural brasileiro*. 2. ed. Campinas: IE/Unicamp, 1999. (Coleção Pesquisa).

GUATTARI, Félix. *Caosmose: um novo paradigma estético*. Tradução: Ana de Oliveira e Lúcia Cláudia Leão. São Paulo: Ed. 34, 1992.

GUDYNAS, Eduardo. *Bem-Viver: Germinando alternativas ao desenvolvimento*. 2011. Disponível em: [http://www.mobilizadores.org.br/wp-content/uploads/2014/05/bem-viver\\_-germinando-alternativas-ao-desenvolvimento.pdf](http://www.mobilizadores.org.br/wp-content/uploads/2014/05/bem-viver_-germinando-alternativas-ao-desenvolvimento.pdf). Acesso em: 23 nov. 2020.

HJARVARD, Stig. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. *Nordicom Review*, São Paulo, v. 29, n. 2, 2012.

HONORÉ, Carl. *Devagar: Como um movimento mundial está desafiando o culto da velocidade*. 8. ed. São Paulo: Record, 2019.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor W. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

IRRADIANDO LUZ. Disponível em: <https://irradiandoluz.com.br/>. Acesso em: 21 nov. 2020.

JORNAL FUTURA - Comunidade da Campina. *YouTube*, 18 fev. 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ngy6fivt3N4>. Acesso em: 23 nov. 2020.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Tradução: Ivone Castilho. São Paulo: EDUSC, 2001.

KUSTER, Eliana, PERCHAMAN, Robert. *O Chamado da cidade: ensaios sobre a urbanidade*. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2014.

LEFEVBRE, H. *A revolução urbana*. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2002.

LEITE, Pedro; DUARTE, Lucas. *Santo Agostinho: reflexões e estudos*. Rio Grande do Sul: EDIPUCRS, 1995.

LE MOS, André. Da representação do eu e a sociabilidade baseada em dados. *Lab404*, 3 abr., 2013. Disponível em: <http://www.lab404.ufba.br/da-representacao-do-eu-e-a-sociabilidade-baseada-em-dados-georreferenciados/> Acesso em: 23 nov. 2020.

LE MOS, André. Os desafios atuais da Cibercultura. *Lab404*, 15 jun. 2019. Disponível em: <http://www.lab404.ufba.br/os-desafios-atuais-da-cibercultura/>. Acesso em: 23 nov. 2020.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: 34, 1999.

LIPOVETSKY, G. *A felicidade paradoxal*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LIPOVETSKY, G. *A felicidade paradoxal*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. *A Felicidade Paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. *Los tiempos hipermodernos*. Tradução: Antonio-Prometeo Moya. Barcelona: Anagrama, 2006.

MAFFESOLI, Michel. *O tempo das Tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

MANCINI, E. A. *Redes solidárias são contraponto ao sistema globalizado*. Disponível em: <http://www.agirazul.com.br/fsm4/fsm00000080.htm>. Acesso em: 2 mar. 2021.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. *Dos meios as mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Tradução: Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

MATEUS, Samuel. As Comunidades Ópticas – uma análise das redes sociais digitais a partir do seu regime óptico. *Contemporânea*, v.11, n.1, jan./abr. 2013.

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

MENDES, J. M. G. Dimensões da sustentabilidade. *Revista das Faculdades Santa Cruz*, n. 7, p. 49-59, 2009.

METCALF, B. *The Findhorn Book of Community Living*. Vermont: Findhorn Press, 2004.

MIOTELLO, Valdemir. Ideologia. In: BRAIT, Beth (org.). *Bakhtin: conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2005.

NOLTE, Wolfram. From Local Communities to the World Community: More than a Dream? In: *Beyond you and me: inspirations and wisdom for building community*. Edited by K. A. Joubert and R. Alfred. Hampshire: Permanent Publications, 2007. p. 271–277.

OLIVEIRA, Ana Claudia de. Interação nas mídias. In: PRIMO, Alex; NASCIMENTO Geraldo Carlos do; RONSINI Veneza Mayora (org.). *Livro da Compós 2008 – Comunicação e Interações*. Porto Alegre: Sulina, 2008. p.27-42.

OROFINO, I. Recepção e respostas: as webséries como índice para se pensar a emergência do prosumidor. In: CARRASCOZA, J. A.; ROCHA, R. M. (org.). *Consumo midiático e convergência*. São Paulo: Miró, 2011.

PÃO DE AÇÚCAR. *Instagram*. Disponível em: <https://www.instagram.com/paodeacucar/?hl=pt-br>. Acesso em: 23 nov. 2020.

PEIRCE, Charles Sanders. *Semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 2012.

PEREIRA, Carlos Alberto Messenger. *O que é contracultura*. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1984.

PEREIRA, Mirna Feitoza. Ecosistemas comunicacionais: uma proposição conceitual. In: MALCHER, Maria Ataíde; SEIXAS, Netília Silva; LIMA, Regina Lúcia; AMARAL FILHO, Otacílio (org.). *Comunicação midiaticizada na e da Amazônia*. Belém: Fadesp, 2011. p. 49-63.

PERES, Fabio de Faria *et al.* A ‘sensibilidade’ de Simmel: notas e contribuições ao estudo das emoções. *RBSE*, v. 10, n. 28, p. 93-120, abr. 2011.

PEREZ, Clotilde. *Signos da Marca*. São Paulo: Thompson Learning, 2004.

PIRACANGA, episódio 1, o sonho. *YouTube*, 2 jul. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7yz2z-LOYNQ>. Acesso em: 23 nov. 2020.

QUISPE, M. Estamos construyendo nuevos paradigmas. Prólogo. In: MAMANI, Fernando Huanacuni. *Buen Vivir/Vivir Bien: filosofia, políticas, estrategias y*

experiencias regionales andinas. Coordinadora Andina de Organizaciones Indígenas – CAOI. Lima, 2010.

ROCHA, Heliana Faria Mettig. *O lugar das práticas comunitárias emergentes: caminhos de coexistência socioecológica em projetos urbanos*. 2017. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo) – Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo, Faculdade de Arquitetura, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2017.

ROYSEN, Rebeca. *Ecovilas e a construção de uma cultura alternativa*. Dissertação 2013. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social) – Programa de Pós-graduação em Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

SAFATLE, Vladimir. Depois da Culpabilidade: Figuras do Supereu na Sociedade de Consumo. In: DUNKER, C.; PRADO, J. L. (ed.). *Zizek Crítico: política e psicanálise na era do multiculturalismo*. São Paulo: Hacker Editores, 2005. p. 108-129.

SAMPAIO, Roberto. *Propaganda de A a Z*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

SANT'ANNA, A. *Propaganda: Teoria, técnica e prática*. São Paulo: Pioneira Tomson Learning, 2005.

SANTAELLA, Lúcia Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. *Revista Famecos*, Porto Alegre, n. 22, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. *A teoria geral dos signos: como as linguagens significam as coisas*. São Paulo: Pioneira, 2000.

SANTAELLA, Lúcia. *Matrizes da linguagem e pensamento: sonora, visual, verbal*. 3. ed. São Paulo: Iluminuras, 2005.

SARGISSON, Lucy. Imperfect utopias: Green intentional communities. *Ecopolitics online journal*, v. 1, n. 1, 2007.

SCHNEIDER, J. O. Cooperativismo e desenvolvimento sustentável. *Otra Economía*, n. 9, p. 94-104, 2015.

SHENKE, Barry. *Intentional Communities Ideology and Alienation in Communal Societies*. Revivals, 1986.

SIBILIA, P. *O homem pós-orgânico: corpo, subjetividade e tecnologias digitais*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

SIBILIA, P. *O show do Eu: A intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SILVA, Armando. *Imaginários urbanos*. São Paulo: Perspectiva, 2011.

SIQUEIRA, Holgonsi Soares Gonçalves. Jean Baudrillard: importância e contribuições pós-modernas. *Pós-modernidade, política e educação*. Disponível

em: <https://www.angelfire.com/sk/holgonsi/ baudrillard.html>. Acesso em: 14 jan. 2021.

STEFANICZEN, Josemara. *Sob os desígnios de narciso: linguagem e identidade na produção de selfies no instagram*. 2016. Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade Estadual do Centro Oeste, Guarapuava, 2016.

STOREY, John. *An Introduction to Cultural Theory and Popular Culture*. London: Prentice Hall/Harvest Wheatsheaf 1997.

TAVARES, A. P. Carlos. *O que são as comunidades alternativas?* São Paulo: Nova Cultura / Editora Brasiliense, 1985.

TAVARES, F.; IRVING, M. *Natureza S/A: O consumo verde na era do Ecopoder*. Rio de Janeiro: Rima, 2009.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

TUAN, Yi-Fu. *Espaço e Lugar: a perspectiva da Experiência*. São Paulo: DIFEL, 1980.

VASCONCELOS, Liliâne *O imaginário da cidade contemporânea: salvador entre o texto e a tela*, UFBA , 2016.

VERÃO no Pão de Açúcar - É Simples Ser Feliz! -60". *YouTube*, 15 jan. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ZXCdRFcxK50>. Acesso em: 23 nov. 2020.

WILLIAMS, R. *Televisão: tecnologia e forma cultural*. Tradução: Márcio Serelle e Mário F. I. Viggiano. São Paulo: Boitempo; Belo Horizonte: PUCMinas, 2016.