

FELICIDADE, CONSUMISMO E MAL-ESTAR NA CIVILIZAÇÃO: UMA ANÁLISE FÍLMICA DO CURTA “HAPPINESS”

Mariana Gabriela de Oliveira
Lyvia Renata Rodrigues

RESUMO: O presente estudo tem como objetivo, a partir da perspectiva psicanalítica, analisar como o curta "*Happiness*", de Steve Cutts, auxilia a compreender quais são os sinais do mal-estar da civilização presentes em uma sociedade de consumo que busca pela felicidade que, aparentemente, está por todo lado, mas que ninguém consegue alcançar. A temática felicidade é abordada por Freud no texto *Mal-estar na Civilização* de 1930, no qual aponta que os homens desejam alcançar a felicidade e permanecer nela, no entanto, para cada sujeito, a resposta sobre onde encontrar felicidade é muito particular, podendo ser por diversos caminhos, mas nenhum garante segurança total. Para ele, a felicidade constante e absoluta não existe, ela acontece de maneira intermitente. A cultura do consumo potencializa a ideia de que através da satisfação dos desejos individuais será possível encontrar felicidade e assim, aguça nos consumidores novos desejos a serem satisfeitos, fazendo-os querer consumir sempre mais. No entanto, o vazio existencial inerente ao ser humano e suas relações não se preenche facilmente com objetos, prazer ou medicação. Todas essas questões levantadas por Freud podem ser analisadas por meio do curta "*Happiness*", que também denuncia os excessos da sociedade moderna, a robotização da vida cotidiana e as estratégias dos indivíduos para lidar com as angústias da vida real, auxiliando na reflexão do consumismo e da busca pela felicidade.

PALAVRAS CHAVE: Consumismo, Mal-estar na Civilização, *Happiness*, Felicidade, Análise Fílmica.

1. INTRODUÇÃO

É possível comprar felicidade? Com esse questionamento, iniciamos uma reflexão acerca da cultura do consumo, que se encontra enraizada em nossa sociedade e que há tempos estabelece o ato de consumir como forma de lazer, de prazer e de libertação. Muitas vezes o consumo não parte de uma necessidade, mas apenas do simples ato de comprar. Para muitos, o consumo é visto como o impulsionador da economia mundial. No entanto, esta pesquisa busca refletir sobre o consumo como uma moléstia do mundo moderno que desvela a lógica do consumo para ser feliz (BAUMAN, 2015). Através das lentes da teoria psicanalítica, levantaremos as questões engendradas pela busca da felicidade e do prazer perante as contradições da satisfação, ou seja, o paradoxo entre as exigências da pulsão e as restrições impostas pela civilização.

Para Bauman (2015), o consumo está atrelado ao ego e ao narcísico, conceitos presentes na obra de Freud. E sobre o consumo, o autor traz um importante questionamento:

Pode nosso desejo de desfrutar os prazeres da convivialidade, por mais “natural”, “endêmico” e “espontâneo” que ele seja, ser buscado dentro do tipo de sociedade hoje predominante, contornando-se a mediação do mercado e sem cair, consequentemente, na armadilha do utilitarismo? (BAUMAN, 2015, p. 72).

Para o autor, a busca pela felicidade “deve se concentrar na promoção de experiências, instituições e outras realidades culturais e naturais da vida em comum” (BAUMAN, 2015, p. 70). Ele elucida que tratar os seres humanos como descartáveis tem servido apenas para corroer as relações. Esse comportamento tem sua origem em uma sociedade consumista, onde as mercadorias assumem um papel de nos proporcionar prazer e conforto enquanto o mesmo não acontece sempre com as relações sociais, que não conseguem ser plenas de prazer e conforto a todo momento, pois os riscos do desprazer são inerentes ao ser humano.

Para Freud (1930), os homens desejam realizar a felicidade e permanecer nela, no entanto, para cada sujeito, a resposta sobre onde encontrar felicidade é muito particular. Para ele, “nossas possibilidades de felicidade sempre são restringidas por nossa própria constituição” (Freud 1930, p. 21). Ele ainda afirma que, ainda que o objetivo do princípio do prazer, que estabelece a finalidade da vida, não possa ser alcançado, não devemos e não podemos deixar de buscar alcançá-lo (FREUD, 1930).

Em o mal-estar da civilização, Freud afirma que “aquilo a que chamamos felicidade, no sentido mais estrito, vem da satisfação repentina de necessidades altamente repressadas, e por sua natureza é possível apenas como fenômeno episódico” (FREUD, 1930, p.21). Para o autor, os caminhos que conduzem à felicidade são muitos, mas nenhum garante segurança total e cada um terá seu próprio preço. Para ele, a felicidade constante e absoluta não existe, ela acontece de maneira intermitente (FREUD, 1930). Compreende-se, portanto, que a causa do mal-estar jaz na busca pelo ideal de felicidade permanente que é algo impossível de se alcançar. O curta *Happiness*, de Steve Cutts, ilustra bem essa trajetória de prazer e sofrimento percorrida pela massa em busca da felicidade.

Posto isso, a presente pesquisa analisará como o curta *"Happiness"*, de Steve Cutts, auxilia a compreender quais são os sinais do mal-estar da civilização presentes em uma sociedade de consumo que busca pela felicidade que, aparentemente, está por todo lado, mas que ninguém consegue alcançar. Para o alcance do objetivo, a metodologia escolhida foi a análise fílmica, interpretada como uma metodologia que discute um produto cultural com base em um contexto social, emitindo uma visão de mundo, e que portanto, auxiliará na reflexão proposta pela pesquisa.

2. REFERENCIAL

2.1 TEORIA PSICANALÍTICA

Para Freud (1974a), há um paradoxo entre as exigências da pulsão e as restrições impostas pela civilização. A repressão da pulsão age como fonte geradora de mal-estar, no entanto, é fundamental para que haja civilização. A civilização é baseada na renúncia à satisfação pulsional e tende a aumentar a infelicidade através de uma intensificação do sentimento de culpa, podendo levar a proporções difíceis de serem suportadas pelo indivíduo.

Para compreender os sinais do mal-estar da civilização presentes em uma sociedade de consumo, a teoria psicanalítica traz importantes contribuições, como a noção do inconsciente, parte integrante da mente humana, que exerce influência sobre a parte consciente. Para Freud, o acesso ao inconsciente se dá através dos sonhos, considerados os responsáveis pela realização dos nossos desejos inconscientes

(GARCIA-ROZA, 2009). A partir desse contexto, compreende-se que o consumo pode ser considerado como a expressão do desejo inconsciente e que o consumidor projeta desejos, angústias e expectativas naquilo que consome, na ilusória tentativa de alcançar a satisfação.

Os princípios do prazer e da realidade, presentes na teoria da personalidade de Freud (1923), também contribuem para a compreensão do comportamento do indivíduo em sua busca incessante pelo prazer:

Sabemos que o princípio de prazer é próprio de um método primário de funcionamento por parte do aparelho mental, mas que, do ponto de vista da autopreservação do organismo entre as dificuldades do mundo externo, ele é, desde o início, ineficaz e até mesmo altamente perigoso. Sob a influência dos instintos de autopreservação do ego, o princípio de prazer é substituído pelo princípio de realidade. Esse último princípio não abandona a intenção de fundamentalmente obter prazer; não obstante, exige e efetua o adiamento da satisfação, o abandono de uma série de possibilidades de obtê-la e a tolerância temporária do desprazer como uma etapa no longo e indireto caminho para o prazer. (FREUD, 2006c, p.20)

Segundo Freud (1969), o princípio do prazer sucede do princípio da constância, isto é, se houver estabilidade haverá prazer, caso contrário, a consequência será o desprazer. No entanto, Freud revela que o princípio da constância não é predominante. “Se tal dominância existisse, a imensa maioria de nossos processos mentais teria de ser acompanhada pelo prazer ou conduzir a ele, ao passo que a experiência geral contradiz completamente uma conclusão desse tipo” (FREUD, 1969, p.19).

O fenômeno consumismo, quando explicado através do princípio do prazer, baseia-se no deslocamento da libido com o objetivo de aliviar a ansiedade através de um ato de consumo. Nessa procura pela felicidade e completude do ser, há uma busca incessante pela obtenção do prazer através da posse de um objeto, ao passo que há uma fuga igualmente intensa de tudo aquilo que possa causar desprazer.

Na obra de Freud sobre o Mal-estar da civilização, é apontado que o ser humano tem uma busca constante por felicidade e prazer. O autor indaga sobre a finalidade da vida e responde, apontando a felicidade como busca do sujeito: “O que revela a própria conduta dos homens acerca da finalidade e intenção de sua vida, o que pedem eles da vida e desejam nela alcançar? É difícil não acertar a resposta: eles buscam a felicidade, querem se tornar e permanecer felizes.” (FREUD, 2006d, p. 21).

Freud (2006d), então, mostra que estamos programados a buscar a felicidade pelo princípio do prazer e, mesmo que parece irrealizável, buscamos formas de suprir essa necessidade, que pode se dar de maneira positiva ou negativa.

O programa de ser feliz, que nos é imposto pelo princípio do prazer, é irrealizável, mas não nos é permitido — ou melhor, não somos capazes de — abandonar os esforços para de alguma maneira tornar menos distante a sua realização. Nisso há diferentes caminhos que podem ser tomados, seja dando prioridade ao conteúdo positivo da meta, a obtenção de prazer, ou ao negativo, evitar o desprazer (FREUD, 2006d, p. 28).

Quando se fala em desprazer, Freud (2006d) destaca três fontes principais de sofrimento que assombram o ser humano: o poder das forças da natureza, a decadência iminente que o nosso corpo viverá e o sofrimento que se origina nas relações entre os seres humanos, que pode ser o mais doloroso. Nesse sentido, o princípio do prazer mostra-se como inalcançável. No entanto, Freud afirma que não podemos desistir das nossas tentativas de buscar felicidade.

O autor aponta que o ser humano busca paliativos para suportar a vida. Segundo Freud “a vida, tal como nos coube, é muito difícil para nós, traz demasiadas dores, decepções, tarefas insolúveis. Para suportá-la, não podemos dispensar paliativos” (FREUD, 2006d, p.20). Dentre os paliativos apontados, existem a diversão que são distrações que fazem com que o sofrimento pareça pequeno, as gratificações substitutivas que reduzem o sofrimento e as substâncias inebriantes, que são substâncias tóxicas que tornam o sujeito insensível ao mal-estar (FREUD, 2006d).

2.2 CONSUMO X CONSUMISMO

O consumo está presente em nosso cotidiano, visto que o ato de consumir está relacionado à satisfação de necessidades básicas como alimentar-se, hidratar-se e vestir-se - necessidades indispensáveis à sobrevivência. Portanto, consumo não é o mesmo que consumismo, haja vista que todos os seres vivos precisam consumir algo para sobreviver.

Quando se fala em consumismo, fala-se de uma situação que extrapola a barreira da necessidade. Para Bauman (2008), consumismo trata-se do resultado de uma revolução ocorrida durante a passagem da modernidade-sólida para a modernidade-líquida (2008, p.38). Para o autor, a modernidade-sólida seria aquela direcionada para a segurança e durabilidade do que se é produzido, sem um foco total nos prazeres imediatos que as mercadorias poderiam proporcionar (BAUMAN, 2008, p. 42). Ao passo que na modernidade-líquida em que vivemos, a busca de segurança se distancia dos longos prazos e das estabilidades; agora se localiza na velocidade e no imediatismo que os indivíduos podem obter para suplantar os riscos constantes (BAUMAN, 2009, p. 7). O propósito é “satisfazer os desejos humanos de uma forma que nenhuma sociedade do passado pôde realizar ou sonhar” (BAUMAN, 2009, p. 105).

Quando o ato de comprar e consumir ocorre de maneira compulsiva e está frequentemente vinculado à satisfação de desejos ou ao alívio de situações de estresse e frustração, nota-se uma possibilidade de adoecimento, resultante de quadros de ansiedade e depressão. Essa forma de adoecimento vem crescendo substancialmente e é chamada pela ciência de Oneomania, que é quando o indivíduo consome de forma compulsiva, seja para alimentar a ilusão de que para agradar o outro deve presenteá-lo, seja para recompensar suas próprias situações de estresse e mais frequentemente, age dessa maneira em uma busca constante pela felicidade (SILVA, 2014)..

Segundo Silva (2014), “consumir é a forma mais rápida e eficaz de ter, e, em uma sociedade com abundância produtiva, esses dois verbos (ser e ter) viram sinônimos absolutos”. Não raramente, o consumista compulsivo passa por uma confusão de identidade, e frequentemente confunde o "ser" com o "ter", entendendo que sua felicidade depende da quantidade de coisas que pode comprar para si e para os outros. Tal

sentimento produz um efeito de consumo infindável, com a busca incessante pelos efêmeros momentos de prazer proporcionados a cada aquisição. Nesse sentido, o excesso torna-se escassez.

2.3 SOCIEDADE DE CONSUMO

A sociedade de consumo tem como principal característica o excesso: de objetos, de tecnologia, de informações, de imagens. Para Bauman (2009), a sociedade de consumo pertence à modernidade líquida e atravessa todas as esferas da vida social, diferentemente da modernidade sólida do passado. Para o autor, uma sociedade orientada para o consumismo revela um enredo que aprisiona o indivíduo, dissolvendo os laços sociais afetivos, colocando o consumo como um fim em si mesmo e não na satisfação dos desejos prometidos pelas mercadorias. Nessa sociedade, os próprios indivíduos são mercadorias.

Em uma sociedade consumista, o consumismo é movido pela insaciabilidade dos desejos e por isso, tem como um de seus principais propósitos, impedir que o sujeito esteja satisfeito, pois somente através dessa constante insatisfação será possível continuar com uma sociedade de consumidores.

Segundo Bauman (2008, p. 50), “na vida ‘agorista’ dos cidadãos da era consumista o motivo da pressa é, em parte, o impulso de adquirir e juntar. Mas o motivo mais premente que torna a pressa de fato imperativa é a necessidade de descartar e substituir”. Quase tudo é descartável e em pouco tempo torna-se obsoleto e conseqüentemente, transforma-se em lixo. Nesse sentido, essa sociedade de consumo trilha um caminho insustentável, impondo problemas globais e coletivos para serem solucionados por ações individuais (BAUMAN, 2007).

A cultura do consumo desmedido potencializa a ideia de que através da satisfação dos desejos individuais será possível encontrar felicidade e assim, aguça nos consumidores novos desejos a serem satisfeitos, fazendo-os querer consumir sempre mais, criando assim um círculo vicioso, que estimula um estilo de vida consumista e individualista. No entanto, o vazio existencial inerente ao ser humano e suas relações (consigo e com os outros) não se preenche facilmente com objetos, prazer ou medicação. Esse círculo vicioso entre a euforia da satisfação ao consumir e a frustração de viver a realidade da vida automatizada, é projetado nos indivíduos, que cada dia mais apresentam os sinais do mal-estar da vida cotidiana.

3. METODOLOGIA

A análise fílmica é uma metodologia que vem sendo utilizada em pesquisas no âmbito das ciências humanas e sociais. Dessa forma, tem contribuído para analisar e refletir sobre temáticas relacionadas a questões sociais, políticas, culturais, educacionais ou relacionadas à gestão.

Mombelli e Tomaim (2014) descrevem a análise fílmica como um método interpretativo, sem fórmula definida a ser seguida. Vanoye e Golliot-Léte (2002) afirmam que a atividade analítica em relação ao filme significa decompô-lo, separando os elementos constitutivos, para depois reconstituir por meio de elos, atribuindo

significado. Dessa forma, primeiramente tem-se a descrição do filme e, depois, a interpretação. No mesmo sentido, Panafria (2009) aponta como objetivo da análise fílmica a explicação sobre o funcionamento de um filme e atribuição de uma interpretação.

De acordo com Alves (2010, p.5), com a “análise da forma e do sentido do filme, procura-se apreender sugestões heurísticas interessantes capazes de propiciar uma consciência crítica da sociedade global”. Pode-se afirmar que o filme é um produto cultural situado num determinado contexto social (VANOYE; GOLIOT-LÉTÉ, 2002). Dessa forma, podemos interpretar a análise fílmica como uma metodologia que discute um produto cultural com base em um contexto social, emitindo uma visão de mundo.

Dessa forma, é possível indicar esse artigo como uma observação em análise fílmica, De acordo com Marconi e Lakatos (2006, p. 192), a observação "é uma técnica de coleta de dados para conseguir informações e utilizar os sentidos na obtenção de determinados aspectos da realidade".

A fim de atender ao objetivo proposto de partir da perspectiva psicanalítica, analisar como o curta "Happiness", de Steve Cutts, auxilia a compreender quais são os sinais do mal-estar da civilização presentes em uma sociedade de consumo que busca pela felicidade que, aparentemente, está por todo lado, mas que ninguém consegue alcançar, de forma complementar, também será realizada uma pesquisa bibliográfica com o objetivo de sustentar teoricamente as interpretações. Assim, foi realizada a decomposição do curta "Happiness" (2007). O cruzamento dialógico será realizado por meio de conceitos de psicanálise, principalmente aqueles elencados por Freud e Bauman.

Para a estruturação da análise, utilizou-se os pontos levantados por Panafria (2009). Inicialmente, foram elencadas as informações gerais do curta. Depois, foi decomposta a dinâmica da narrativa, apresentando o filme em partes. Os pontos de vista também foram apresentados, no sentido visual/sonoro, de acordo com a narrativa, bem como no sentido ideológico, voltado para a temática e mensagem do curta. Depois, descreveu-se a cena principal do filme. Por fim, foram realizadas as conclusões, integrando com os conceitos de psicanálise.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

O curta *Happiness* (Fig. 1), de Steve Cutts, traz uma analogia à sociedade moderna e consumista. Os personagens são ratos antropomorfizados, focando na história da busca implacável de um roedor por felicidade e realização. No Quadro 1, é apresentada a ficha técnica resumida da animação. A animação retrata, então, nossa sociedade moderna alienada e adoecida, que compele buscar e consumir coisas que não são necessárias com o fim último da felicidade.

Figura 1 - Curta “*Happiness*”



Fonte: Happiness (2017)

Quadro 1 - Ficha Técnica do Curta

Título em português	Felicidade
Título original	Happiness
Ano	2017
País	Reino Unido
Idioma	Inglês
Gênero	Animação, drama
Duração	4 minutos e 16 segundos
Direção	Steve Cutts
Temática	Consumismo, Sociedade Moderna, Busca pela felicidade

Fonte: Happiness (2017)

A Dinâmica da Narrativa perpassa por momentos em que o personagem principal está sozinho e momentos em que ele está convivendo em sociedade. Nos momentos em que está só, apresenta características singulares. Já quando está em sociedade, se parece com a massa social, fundindo-se a ela, conforme a decomposição das cenas do Quadro 2.

Quadro 2 - Decomposição das Cenas do Curta “*Happiness*”

Descrição	Cena
-----------	------

Na cena de abertura, o personagem principal aparece sozinho e inicia uma corrida. Ele vai cada vez mais rápido sob um fundo branco.



Nessa corrida ele vai até alcançar outros ratos, ele começa a encontrar a massa.



A massa segue correndo até chegar em um trem lotado, no qual os ratos se espremem para caber.



Nesse momento, já com roupas, após ter passado pela massa, o personagem principal começa a seguir as setas para a felicidade sozinho.



Aparece mais uma cena de massa, na qual é impossível distinguir onde está o personagem principal. Além disso, toda massa está andando por um labirinto em busca da felicidade, sem saída.



O personagem aparece fora da multidão cheio de caixas de compras e continua seguindo os sinais para a felicidade.



Chega, então, onde está a massa, que se reúne e se massacra na busca selvagem por produtos em uma liquidação no estilo “*Black Friday*”. Pedacos de corpos voam junto com mercadorias.



Após passar a massa, a loja é destruída. O personagem principal sobrevive e então está sozinho, após enfrentar a batalha pelos produtos, com sua nova televisão e suas roupas rasgadas e ensanguentadas, machucado e cansado.



Ele, então, abandona a televisão que havia lutado para conseguir e sua energia se renova ao encontrar um carro novo, que começa a dirigir como se estivesse sozinho na cidade.



Até que mais uma vez encontra a massa, no congestionamento de veículos.



Depois de um longo tempo no congestionamento, recebendo multas e tendo as peças de seu carro furtadas, se vê triste, cansado e sozinho.



Percebe, então, mais sinais para a felicidade em outdoors com bebidas alcoólicas que anunciam mais felicidade – “Beba, esqueça, sorria!” é o slogan da cerveja “Felicidade”; “Beba e mande a tristeza embora!”, é a promessa da marca de uísque “Felicidade”; e a vodka “Absolute Happiness” anuncia a “pura felicidade”.



Após passar em todos os outdoors de bebidas e sorver cada uma delas, cai embriagado e desmaia.



Quando acorda de seu desmaio de embriaguez, é atingido por um receituário com prescrição padrão e vai para onde a massa está tendo atendimento relacionado à saúde.



Sozinho novamente, sobe uma escada e se joga em um recipiente cheio de cápsulas: “Cápsulas de Felicidade”.



É, então, transportado para um lugar paralelo, que difere da cidade por suas cores mais vivas e gráficos mais simples.



Retorna desse lugar paralelo para a cidade de maneira abrupta, assustado.



Ele cai do lugar paralelo no meio da cidade, no meio da massa, que nem o percebe.



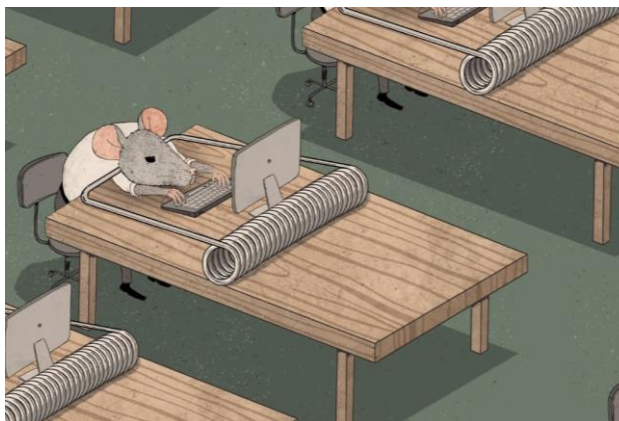
É acordado pelo cheiro do dinheiro, imbuído de sinais de felicidade. Assim, continua a seguir esses sinais.



A perseguição do dinheiro acaba no momento em que ele consegue tocar esse dinheiro.



Nesse momento é capturado por uma ratoeira, que o obriga a trabalhar.



Esse trabalho, também é o trabalho executado pela massa, de maneira padronizada e compelida.



Fonte: Happiness (2017)

Por meio da decomposição, percebe-se que o personagem inicialmente se parece mais com a figura de um animal, correndo de quatro patas, sem roupa e vai se humanizando na medida em que as cenas se seguem, usando roupas, comprando objetos, executando ações humanas como dirigir. A referência a animalidade do rato volta no fim do curta, quando ele é pego por uma ratoeira. Assim, todo curta antropomorfiza os ratos e essa cidade em que vivem, trocando o que na vida real seriam seres humanos por ratos na cidade fictícia.

Em relação aos pontos de vista, percebe-se que a câmera sempre está em terceira pessoa. No sentido sonoro, uma mesma música, “Habanera” da ópera “Carmen” de Georges Bizet, acompanha o caminhar do personagem principal ao longo de todas as cenas na cidade em que segue as setas e sinais dos anúncios publicitários apontando a felicidade. Apenas em uma parte do curta essa música é alterada: quando está tão embriagado que cai do outdoor desmaiado, tem-se um lapso temporal, uma prescrição médica vai ao seu encontro, ele entra em um recipiente cheio de cápsulas e chega em um lugar paralelo, calmo, muito diferente das outras sequências do curta, com signos que evocam as histórias clássicas de contos de fadas. Depois de um tempo, cai desse lugar de volta para a cidade e a música “Habanera” retorna também.

Visualmente, há grande distinção de dois cenários: a cidade em que o personagem vive, com seu fluxo de outros ratos, trânsito, lojas, anúncios publicitários, diversos produtos, lotação, como uma megalópole; e o local paralelo para o qual é transportado quando entra em um recipiente cheio de cápsulas, que parece um lugar calmo, tranquilo, com animais silvestres, muita natureza e um castelo, signos que remetem às clássicas histórias de contos de fadas. Graficamente, a cidade possui mais detalhes elaborados e cores mais fortes, apesar de sempre dar a impressão de ser sombria, enquanto o lugar paralelo possui cores mais suaves, com gráficos mais simplificados e impressão de brilho e luz.

No sentido narrativo, percebe-se que o enredo é apresentado em terceira pessoa, como um observador ideal de toda cena. Quem conta a história é esse terceiro, que mostra a sucessão de acontecimentos, que não depende da vontade das personagens, bem como as ações que resultam da escolha das personagens.

No sentido ideológico, percebe-se uma crítica à sociedade moderna e consumista, na qual muitos vivem uma vida automatizada, em busca da felicidade que, aparentemente, está por todo lado, mas que ninguém consegue alcançar. Ademais, na cena final, retrata o trabalho infeliz e sem sentido como uma armadilha, onde o dinheiro é a isca.

Happiness inicia gerando um desconforto, mostrando todo mal estar da sociedade dos ratos antropomorfizados. Todo desconforto de estar em estar aguardando um transporte público com inúmeros outros esperando também, a sensação de estar em um

metrô lotado e necessitar acessá-lo após o trabalho. A todo momento as cenas conjuntas do personagem principal com outros sujeitos demonstram sofrimento.

O ápice pode ser colocado como a liquidação no estilo “*Black Friday*”. Após a abertura dos portões da loja, inicia uma guerra de consumo. Os ratos antropomorfizados lutam uns com os outros para conseguir a mercadoria. Após algum tempo com pedaços de corpos voando junto com mercadorias, a liquidação acaba, deixando um cenário de sangue e horror.

Mas, para além desse sofrimento também se percebe a busca incessante por felicidade. Como Freud (2006d) aponta em sua obra, o personagem principal revela sua conduta em relação a intenção de finalidade da vida, busca por felicidade, querendo sempre se tornar e permanecer feliz.

Percebe-se, também, como o curta retrata a modernidade-líquida expressa por Bauman (2009), com a velocidade e o imediatismo que os indivíduos do curta buscam consumir para diminuir o risco constante da infelicidade. Há uma busca, então, desenfreada para satisfazer o desejo do personagem, que na realidade não se consegue concluir. A todo momento, nas mudanças de cena, o personagem consome coisas diferentes, aquilo que é novidade.

Além disso, mostra com perspicácia a “vida ‘agorista’ dos cidadãos da era consumista”, conceito de Bauman (2008, p.50), no qual o personagem principal em uma série de trocas de objeto de consumo, com a constante pressa ao longo do curta, demonstra impulso de adquirir e juntar. Ademais, indica a necessidade imperativa de descartar e substituir, quando troca o objeto do desejo a todo instante, sendo tudo descartável e, em pouco tempo, obsoleto. Um objeto pode ser responsável pelo ápice da felicidade, fruto de luta para consegui-lo, mas basta uma nova propaganda de um novo produto que tudo se esvai.

O curta também traz de maneira genuína os paliativos apontados na obra de Freud (2006d) para suportar a vida. Além de ver toda sensação de consumo voltada para satisfações substitutivas, é notória a cena do personagem principal quando se embriaga para fugir do mal estar imposto pela sociedade. Além desse episódio, também faz uso de antidepressivos e vai para um lugar diferente. Ao consumir essas substâncias inebriantes, ele fica tão insensível ao mal estar da civilização, que se transporta para outro mundo, no qual atinge o ápice do prazer, como num conto de fadas, fora da realidade. Até mesmo o gráfico do curta se torna mais simples, simbolizando essa mudança de realidade. Contudo, ao acabar o efeito da medicação, retorna para sofrimento habitual.

5. CONCLUSÕES

Neste trabalho objetivou-se a partir da perspectiva psicanalítica, analisar como o curta “*Happiness*”, de Steve Cutts, auxilia a compreender quais são os sinais do mal-estar da civilização presentes em uma sociedade de consumo que busca pela felicidade que, aparentemente, está por todo lado, mas que ninguém consegue alcançar.

Em uma sociedade cujo consumo é compreendido como uma complexa prática social e cultural, torna-se fundamental estudar a respeito do fenômeno consumo, para que seja possível repensar o modelo a partir de uma perspectiva sociologicamente mais sustentável.

Sabe-se que a felicidade plena e absoluta é inatingível, e que a frustração gerada pelo não alcance desse ideal desencadeia problemas psíquicos cada vez mais severos. Através da análise fílmica do curta *Happiness*, foi possível observar o *looping* infinito a que os indivíduos estão sujeitos, ao buscar incessantemente pela felicidade.

A partir das cenas do filme, que utiliza como personagens ratos antropomorfizados, observa-se a vivência de uma rotina massacrante, em que se vive para trabalhar, em que a locomoção se dá através dos meios de transporte lotados, em que o consumo desenfreado em busca de satisfações individuais está presente a todo tempo, em que se utiliza de medicamentos para conseguir abstrair-se do mundo real e se transportar para o mundo da fantasia, onde tudo é perfeito. E todo esse processo é realizado repetidamente, diariamente. Enfim, o curta apresenta a robotização da vida cotidiana e as estratégias dos indivíduos para lidar com as angústias da vida real.

Tendo em vista o exposto, o presente estudo mostra-se importante para a compreensão do contexto social em que vivemos e do nosso modelo de sociedade, do consumo desenfreado, que, por sua vez, revela os sinais do mal-estar presentes em nossa civilização. Como pesquisa futura, sugere-se um estudo que explore a sustentabilidade do modelo de sociedade de consumo, pelo viés ambiental, pois sabe-se que a lógica de produção e consumo desregrado já não é mais suportável em nenhum sentido – psicológico, sociológico ou ambiental.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Z. **Vida para consumo: A transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN, Z. **A riqueza de poucos beneficia todos nós?** 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2015.

FREUD, S. Reflexões para os tempos de guerra e morte. In: **Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud**, v. XIV. Rio de Janeiro: Editora Imago, 1974a.

(Trabalho original publicado em 1915).

FREUD, S. Além do Princípio de Prazer. In: **Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud**, v. XVIII. Rio de Janeiro: Editora Imago, 2006c.

(Trabalho original publicado em 1920).

FREUD, S. O mal-estar na civilização. In: **Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud**, v. XXI. Rio de Janeiro: Editora Imago, 2006d.

(Trabalho original publicado em 1930).

GARCIA-ROZA, L. A. **Freud e o inconsciente**. 24. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

HAPPINESS. Direção: Steve Cutts. [S. l.: s. n.], 2017. Disponível em: <https://www.stevecutts.com/animation.html>. Acesso em: 27 ago. 2021.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. Fundamentos de metodologia científica. São Paulo: Atlas, 2006.

MOMBELLI, N.F.; TOMAIM, C. S. Análise fílmica de documentários: apontamentos metodológicos. Lumina, Juiz de Fora, v. 8, n. 2, p. 1-17, dez. 2014. Disponível em: <<https://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/323>>. Acesso em: 28 ago. 2021.

PENAFRIA, M. Análise de filmes -conceitos e metodologia(s). In: VI Congresso SOPCOM,6., 2009, Lisboa. Anais eletrônicos... Lisboa: SOPCOM, 2009. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/bocc-penafria-analise.pdf>>. Acesso em: 28 ago. 2021.

SILVA, A. B. B. **Mentes consumistas: do consumismo à compulsão por compras**. 1. ed. Rio de Janeiro: Principium, 2014.

SLATER, D. Cultura do consumo e modernidade. Tradução de Dinah de Abreu Azevedo. 1. ed. São Paulo: Nobel, 2002.

VANOYE, F; GOLLIOT-LÉTÉ, A. Ensaio sobre a análise fílmica. Papyrus Editora, 2006.