

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

INSTITUTO COPPEAD DE ADMINISTRAÇÃO

AMANDA BRENDA VARGAS CALDEIRA

**DINÂMICAS SOCIOCULTURAIS DA SALIÊNCIA DA MORTALIDADE E
CONSUMO DE JOVENS E ADULTOS NO BRASIL**

Rio de Janeiro

2017

AMANDA BRENDA VARGAS CALDEIRA

**DINÂMICAS SOCIOCULTURAIS DA SALIÊNCIA DA MORTALIDADE E
CONSUMO DE JOVENS E ADULTOS NO BRASIL**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Instituto COPPEAD de Administração, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Administração.

ORIENTADOR: Roberta Dias Campos, D. Sc.

Rio de Janeiro

2017

CPI – Catalogação na Publicação

V145d Vargas Caldeira, Amanda Brenda
Dinâmicas Socioculturais da Saliência da
Mortalidade e Consumo de Jovens e Adultos no Brasil
/ Amanda Brenda Vargas Caldeira. -- Rio de Janeiro,
2017.
74 f.

Orientadora: Roberta Dias Campos.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal do
Rio de Janeiro, Instituto COPPEAD de Administração,
Programa de Pós-Graduação em Administração, 2017.

1. Mortalidade. 2. Consumo. 3. Cultura. I. Dias
Campos, Roberta, orient. II. Título.

AMANDA BRENDA VARGAS CALDEIRA

**DINÂMICAS SOCIOCULTURAIS DA SALIÊNCIA DA MORTALIDADE E
CONSUMO DE JOVENS E ADULTOS NO BRASIL**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Instituto COPPEAD de Administração, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Administração.

ORIENTADOR: Roberta Dias Campos, D. Sc.

Aprovada por:



Roberta Dias Campos, D.Sc
(COPPEAD/UFRJ)



Maribel Carvalho Suarez, D.Sc
(COPPEAD/UFRJ)



Denise Franca Barros, D.Sc
(UNIGRANRIO)

RESUMO

VARGAS, Amanda. **Dinâmicas socioculturais da saliência da mortalidade e consumo de jovens E adultos no Brasil**. 2017. 74f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Instituto COPPEAD de Administração, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

Apesar da intensa presença no cotidiano dos consumidores, a morte ainda é um tema bastante negligenciado pela academia. Além disso, as pesquisas ainda apresentam um escopo limitado. Predominam estudos de informantes em estado terminal ou vivenciando período de luto ou acerca de modalidades de consumo diretamente relacionados à morte. Inspiradas no conceito de saliência da mortalidade, advindo da Terror Management Theory (TMT), as autoras propuseram uma abordagem qualitativa para problematizar as dinâmicas socioculturais que balizam a percepção de morte e mortalidade. Ao estudar consumidores jovens e adultos, sem o contexto de luto ou iminência de morte, percebemos que existem diferentes naturezas da saliência da mortalidade, as quais se comportam de maneiras distintas de acordo com o estágio de vida do indivíduo e previsibilidade das experiências com a morte, vividas direta ou indiretamente. Assim, buscamos retomar este tema que tanto permeia a atual cultura de consumo, oferecendo novos caminhos e interpretações que visam desvelar o tabu da morte.

ABSTRACT

VARGAS, Amanda. **Sociocultural dynamics of the mortality salience and consumption of young and middled aged adults in Brazil.** 2017. 74f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Instituto COPPEAD de Administração, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

Despite the intense presence in consumers' daily lives, death is still a theme overlooked by academia. In addition, research still has a limited scope. Predominant studies of informants in terminal state or experiencing mourning period or about consumption modalities directly related to death. Inspired by the concept of salience of mortality, from the Terror Management Theory (TMT), the authors proposed a qualitative approach to problematize the sociocultural dynamics that form the perception of death and mortality. When we study young and adult consumers, without the context of mourning or imminence of death, we perceive that there are different natures of the salience of mortality, which behave in different ways according to the individual's stage of life and predictability of experiences with death, lived directly or indirectly. Thus, we seek to take up this theme that permeates the current consumer culture, offering new ways and interpretations that seek to unveil the taboo of death.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Matriz Sociocultural da Saliência da Mortalidade	33
----------	--	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Perfil dos Entrevistados	26
----------	--------------------------------	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	13
2.1 Revisão sociohistórica da morte.....	13
2.2 A morte, o consumo e a identidade.....	14
2.3 Terror Management Theory e a saliência da mortalidade.....	16
2.3.1 Diferenças socioculturais.....	17
2.3.2 Saliência da mortalidade.....	20
2.4 Contexto: Brasil e a artesanaria religiosa.....	22
3 METODOLOGIA.....	24
4 RESULTADOS.....	28
4.1 Dinâmicas socioculturais da saliência da mortalidade.....	28
4.1.1 O Discurso Público e a Experiência Privada de Morte.....	29
4.1.2 Matriz Sociocultural da Saliência da Mortalidade.....	32
4.2 Estudos de Caso.....	37
4.2.1 Francisca e a Saliência da Ruptura Incontrolável.....	37
Inversão da moralidade do consumo.....	41
4.2.2 Lucas e Saliência da Ruptura Evitável.....	43
Vida significativa.....	48
4.2.3 Luiza e a Saliência do Reforço da Identidade.....	52
4.2.4 Vanessa e a Saliência da Negociação da Identidade.....	57
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	63
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	66
Apêndices.....	71
Apêndice A: Roteiro de Entrevista.....	71

1 INTRODUÇÃO

“Você, o que faria
Se o mundo fosse acabar
E só lhe restasse este dia pra viver?
Ver tudo ruir, a terra tremer
O chão se abrindo aos seus pés
A profecia vai acontecer!
Vem... É o juízo final!
Viva! O amanhã não vem mais!
Solte toda alegria!
Libere a sua fantasia!”

Se o Mundo Fosse Acabar, Me Diz o que Você Faria se Só Lhe Restasse um Dia? - G.R.E.S. Mocidade Independente de Padre Miguel (RJ) - 2015

Embora sejam abundantes as evidências que sugerem uma ligação entre morte e consumo (ex. Baudrillard, 1993; Levy, 2014), o estigma de tabu tem impedido uma maior dissecação do tema (Dobscha, 2016). Drenten et al., (2012) convidam os pesquisadores do campo de comportamento do consumidor para que desenvolvam mais trabalhos explorando as relações entre a morte e o consumo. Ao encerrar o artigo, os autores questionam, dentre outras perguntas, se as conceptualizações atuais sobre o tema são suficientes e/ou se elas colocam obstáculos para pesquisas futuras. E ainda que existam alguns trabalhos sendo desenvolvidos nesta temática, duas grandes limitações foram observadas: o contexto dos entrevistados e os consumos pesquisados. Por um lado, predominam os estudos que contam com o discurso de informantes em estado terminal ou vivenciando período de luto (ex. Gentry, Kennedy, Paul, & Hill, 1995; Kates, 2001; O’Donohoe & Turley, 2005; Pavia, 1993) e, por outro, os consumos investigados, geralmente se encontram diretamente relacionados a morte, como o caso de consumos funerários (ex. Bonsu & Belk, 2003; Gabel, Mansfield, & Westbrook, 1996).

Com a mídia de massa explorando a temática intensamente é difícil imaginar que morte não faça parte da vida diária dos consumidores (Levy, 2014; Maheswaran & Agrawal, 2004). Além disso, grande parte do consumo feito atualmente é motivada por pensamentos sobre a

própria mortalidade, desde os consumos que são evitados, como o tabagismo, até consumos que são incentivados, como dietas saudáveis (Levy, 2014). Portanto, ainda que seja indiscutível a importância dos estudos citados acima, seu foco estreito acaba por reforçar a visão de que a morte está restrita a esses contextos mais explícitos. É interessante que investigações sejam feitas em contextos nos quais a morte não é iminente (Brown & Turley, 1997), para que possíveis inovações nas conceptualizações acerca da relação entre morte e consumo possam surgir.

Os estudos da Terror Management Theory (TMT) oferecem uma visão alternativa, pois costumam investigar pessoas jovens e em contextos de consumos dos mais diversos, como consumo de luxo (Mandel & Heine, 1999), protetor solar (Routledge, Arndt, & Goldenberg, 2004), alimentos (Ferraro, Shiv, & Bettman, 2005), entre outros. Segundo esta corrente teórica, a saliência da mortalidade – caracterizada pelo momento no qual um indivíduo se lembra de sua própria mortalidade (Greenberg, Solomon, & Pyszczynski, 1997) – desperta nas pessoas uma ansiedade existencial, desencadeando mecanismos de defesa, cujos efeitos são testados no contexto de consumo. Todavia, embora a TMT tenha feito importantes contribuições para o campo e para o entendimento da relação entre a mortalidade e o consumo, esta corrente apresenta uma série de limitações. Assume-se, por exemplo, que o momento de saliência da mortalidade tem uma natureza única de evocar a inevitabilidade da morte, resultando em reações universais que evocam ansiedade. Embora, por um lado, seja inquestionável a inevitabilidade da morte, por outro, é questionável que sua contemplação tenha sempre a mesma essência e suscite as mesmas reações de ansiedade e defesa, tendo em vista que a morte é um conceito de bases culturais. A morte não necessariamente representa uma ameaça (Bonsu & Belk, 2003), logo nem todos os efeitos observados a partir da saliência da mortalidade devem ser classificados como defensivos. Outra limitação reside na seleção de modalidades de consumos que são escolhidos a partir do referencial do pesquisador e não do pesquisado. Além disso, a saliência da mortalidade é comumente induzida por meio da reflexão acerca da própria finitude, embora a finitude de um terceiro possa ser mais preocupante. Por fim, os trabalhos adotam, quase que exclusivamente, o uso de experimentos, os quais, segundo Levy (2014), oferecem resultados, mas nem sempre explicações; sendo esses experimentos frequentemente realizados com estudantes, os quais possuem características bastante distintas de outros segmentos ou faixas etárias da população.

A pesquisa qualitativa tem crescido em popularidade (Dobscha, 2016) e os próprios autores adeptos da TMT tem reconhecido a importância das diferenças socioculturais, acrescentando que este tipo de metodologia tem muito a contribuir para preencher lacunas deixadas pelos experimentos (Rindfleisch & Burroughs, 2004), além de trazer uma maior pluralidade cultural pela abordagem da Consumer Culture Theory (Arnould & Thompson, 2005; Urien & Kilbourne, 2008). O Brasil se configura como um contexto interessante para um campo nesta temática, pois além de conferir diversidade aos eixos culturais mais comumente pesquisados, como Europa e Estados Unidos (Bonsu & Belk, 2003), o país é marcado pela intensa presença da violência¹, o que torna a morte parte do cotidiano de muitos, e intensa presença religiosa e espiritualidade, as quais conferem, à maioria da população, uma visão diferenciada e reconfortante de que Deus está no controle (DaMatta, 1984).

Desta maneira, o presente estudo buscou oferecer sua contribuição através da discussão sobre as dinâmicas socioculturais que impactam na formação e percepção da morte, além de um primeiro levantamento de modalidades alternativas de saliência da mortalidade e seus reflexos no consumo no contexto brasileiro. A investigação de caráter qualitativo-exploratório se usou de entrevistas em profundidade com participantes de 21 a 58 anos de idade, de várias regiões do país e que atualmente não enfrentam nenhuma situação de doença terminal ou luto. Seguindo pela metodologia de história de vida, os entrevistados relataram suas experiências e reflexões relativas à morte e mortalidade, relacionando-as a efeitos e mudanças nas suas diversas práticas de consumo.

A seguir apresentaremos a revisão das pesquisas sobre as mudanças sociohistóricas da morte e as relações entre morte, consumo e identidade. Em seguida fornecemos uma revisão aprofundada da corrente TMT, encerrando a revisão com uma breve apresentação do contexto brasileiro. Posteriormente detalharemos a metodologia empregada, perfil dos participantes, coleta e análise dos dados, assim como algumas dificuldades enfrentadas durante o campo devido ao caráter sensível do presente tópico. Na sequência apresentamos os resultados em duas partes: conceptualizações teóricas da saliência de mortalidade e aplicações em estudos de caso. Por fim, discutimos a contribuição do trabalho, suas limitações e oportunidades de pesquisa futura.

¹ Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), o Brasil é o 11º país com maior taxa de homicídios do mundo (2014). A taxa é de 32,4 homicídios para cada 100 mil pessoas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Revisão sociohistórica da morte

De acordo com o historiador Philippe Ariès (1976), com o passar dos séculos, mudanças de ordem sociológicas vêm afetando a concepção e experiência de morte no ocidente. De acordo com o historiador, nos tempos medievais, a identidade de um indivíduo era pautada pelo grupo ao qual pertencia, logo a morte de um indivíduo era um evento que mexia com o corpo social, evocando respostas coletivas como rituais de morte públicos e comunais (Ariès, 1976). Na idade média, se comparado aos dias atuais, a decadência de um moribundo, assim como seu falecimento, era uma cena bastante familiar tanto para adultos quanto crianças (Elias, 1985), pois, como se sabe, epidemias ceifaram a vida de milhões de pessoas, sendo raro encontrar alguém que nunca tivesse perdido um parente ainda na juventude (Kübler-Ross, 1997).

Com o passar dos séculos o gerenciamento da morte de um indivíduo passou das mãos dos familiares para as mãos de profissionais (Elias, 1985), como médicos e enfermeiros, transformando a morte em uma parte técnica da medicina, e não mais uma prática comunitária ou religiosa (Walter, 2012). Imunização por vacinas, melhorias na saúde pública, acesso à água potável e ao saneamento básico reduziram drasticamente a mortalidade nas sociedades em geral (Kübler-Ross, 1997; Walter, 2012). Viver, então, se tornou mais previsível e a expectativa de vida aumentou de tal forma que não é de se admirar que pessoas jovens não pensem mais na morte, entendendo que essa se tornou um evento distante e incomum no cotidiano (Elias, 1985).

De toda forma, a morte continuou sendo algo que ameaça a felicidade social (Ariès, 1976; Walter, 2012), logo, a modernidade tem segregado e isolado os moribundos, escondendo-os do espaço público (Elias, 1985). Nos dias atuais, não se vai para o hospital apenas com o propósito de se curar ou de se recuperar de algum infortúnio, mas sim com o propósito específico de morrer, pois morrer em casa se tornou algo inconveniente (Ariès, 1976), transformando a figura do hospital no detentor do monopólio da morte (Mellor & Shilling, 1993). Estes autores descrevem essa mudança como um “sequestro da morte”, pois os hospitais, sendo estes localizados fora do cotidiano da maioria, facilitam o esquecimento da população acerca da morte enquanto parte da vida. “Nunca antes pessoas morreram tão silenciosamente e higienicamente como hoje nessas sociedades, e nunca em condições sociais de tanto fomento à solidão” (Elias, 1985, p. 85). A morte foi banida da vida pública, se tornando um motivo de

repugnância, vergonha ou constrangimento (Elias, 1985), sendo referenciada, preferencialmente, por meio de metáforas (Gorer, 1955), de formas indiretas, envoltas de ambiguidade, ou insinuada com frases inacabadas para que seu nome não seja dito (Price, Arnould, & Folkman Curasi, 2000).

Além disso, com a difusão do protestantismo e sua orientação individualista, houve uma revisão das práticas originalmente coordenadas pela lógica católica. Os enterros que antes eram comunitários passaram a ser eventos privados, com lápides e caixões individuais (Mellor & Shilling, 1993). Toda morte passa a ter uma explicação individual, como câncer de pulmão, falência cardíaca, falência renal, entre outras (Mellor & Shilling, 1993), tornando a aderência a regimes de cuidados pessoais, como dietas e exercícios, uma responsabilidade moral do indivíduo (Bauman, 1992, como citado em Lai, 2016). O pensamento acerca da inevitabilidade da morte é substituído pela esperança de que o conhecimento científico, as habilidades médicas, dietas e medicamentos possam protelar o fim da vida (Elias, 1985).

2.2 A morte, o consumo e a identidade

Segundo Bauman (1992, como citado em Lai, 2016) a finitude na modernidade é marcada pelo paradoxo do corpo, o qual ao mesmo tempo funciona como um condutor de vida e um potente lembrete da morte. Com a privatização da construção da identidade, o corpo assumiu um papel simbólico de extrema importância, surgindo uma cultura de consumo que se baseia no culto ao corpo, num esforço de mantê-lo viçoso, jovem e sensual (Mellor & Shilling, 1993). De acordo com Hirschman (1990), os textos culturais nos Estados Unidos retratam o corpo humano como algo falho, imperfeito, destrutível e perecível, enquanto a tecnologia e os avanços científicos surgem como uma forma de aperfeiçoar essas falhas naturais, dominando e/ou controlando o indesejável processo de envelhecimento. McManus (2013 como citado em Lai, 2016) argumenta que a nova cultura de consumo se baseia na busca pela longevidade, carregando a expectativa de que o processo de envelhecimento possa ser retardado ou até mesmo revertido. E conforme os indivíduos investem mais e mais em projetos corporais e práticas culturais para tentar lidar com a questão da efemeridade, é possível constatar o quanto

a morte está intimamente infiltrada na sociedade moderna (Bauman, 1992, como citado em Lai, 2016; Baudrillard, 1993).

Porém, a preocupação com o corpo revela uma questão que vai muito além de um “projeto corporal”. Segundo Belk (1988) o extended self, ou as extensões de si, pode ser caracterizado não somente por partes do corpo, mas como também por objetos externos, posses, pessoas e lugares. A perda destas extensões ou partes de si, pode acarretar em uma vivência ou sensação de luto (Belk, 1988, Gentry et al., 1995). De acordo com Paiva (1993), na presença de doenças graves/fatais o indivíduo pode sofrer diversas perdas, além da perda da saúde, como a perda do trabalho, do estilo de vida, dentre outras que aos poucos diminuem a habilidade do sujeito de viver a vida conforme sua auto percepção de identidade. Além de doenças, o processo natural de envelhecimento, além de aumentar a percepção do senso de mortalidade (Price et al., 2000), também parece ter o efeito de reduzir a percepção do senso de self (Belk, 1988). Portanto, tendo em vista a forte ligação entre a atitude em relação à morte e a concepção do self (Ariès, 1981, como citado por Brown & Turley, 1997), e a forte ligação entre o self e o comportamento do consumidor (Belk, 1988), parece ser indiscutível que as alterações na percepção humana acerca da morte afetem as atitudes e comportamentos de consumo dos indivíduos contemporâneos.

Ademais, conforme argumenta Baudrillard (1993), ao não medir esforços para mascarar a presença da morte no cotidiano a modernidade acaba por acentuar a lembrança da mesma, transformando a cultura de consumo em uma cultura de morte. Vive-se hoje um verdadeiro paradoxo, pois ao mesmo tempo que se dedica muita atenção a esse tema, sendo a morte bastante presente nos noticiários e nas variadas formas de entretenimento, as pessoas evitam pensar, falar ou se planejar para a morte (Levy, 2014). Segundo Elias (1985), além da repressão social, existe a repressão individual, a qual se manifesta de forma bastante semelhante ao sentido freudiano da repressão. Em linha com a TMT, Elias explica que a repressão consiste em um mecanismo de defesa, o qual tenta apagar da memória experiências dolorosas ou sentimentos conflituosos, porém, apesar dos esforços, essas memórias continuam influenciando o comportamento dos indivíduos, mesmo que indiretamente. Portanto, a morte nunca esteve tão visível para os consumidores e, frequentemente, decisões tomadas são com base na mortalidade humana (Dobscha, 2016).

2.3 Terror Management Theory e a saliência da mortalidade

A Terror Management Theory (TMT), aplicada ao campo de comportamento do consumidor, tem explorado, em consumidores jovens e/ou fora de um contexto de morte iminente, como a saliência da mortalidade, – momento de tomada de consciência sobre a própria mortalidade (Greenberg et al., 1997) – e a conseqüente ansiedade existencial, desencadeiam em mecanismos de defesa, os quais apresentam impactos sobre o consumo. Formulada em 1986 por Jeff Greenberg, Sheldon Solomon, e Tom Pyszczynski, entre outros acadêmicos, e fortemente baseada nos trabalhos de Ernest Becker, a TMT na verdade surgiu com a proposta de clarificar a aderência ou o desvio dos indivíduos a valores culturais, como mortalidade, patriotismo e religiosidade (Rindfleisch, Burroughs, & Wong, 2009).

Segundo Becker (1975), um dos instintos mais básicos dos seres humanos é o instinto da autopreservação e, do mesmo modo que os humanos estão cientes de sua própria existência, os mesmos estão cientes da própria da morte, da imprevisibilidade desta e da falta de controle sobre esse momento (Arndt, Solomon, Kasser, & Sheldon, 2004). A consciência da finitude, somada ao instinto de autopreservação, causa um terrível e insolúvel conflito, levando Becker a considerar a insegurança existencial como elemento chave para o desenvolvimento da sua teoria motivacional (Becker, 1973). O autor identifica o medo da morte como o aspecto único e universal da vida humana, o qual carrega o potencial de induzir uma ansiedade existencial. A fim de combater essa ansiedade, Becker sugere que as pessoas tentam instaurar uma ordem no mundo por meio da criação de visões culturais. Além disso, as pessoas também têm a necessidade de se sentirem relevantes na construção de um drama cultural significativo e para tanto elas precisam obter e sustentar suas autoestimas. Portanto, a fim de evitar que o terror da morte seja de intensidade paralisante, os indivíduos procuram negar ou se proteger desta ameaça, impulsionando suas autoestimas e/ou construindo e se adaptando a uma variedade de sistemas de crenças culturais, os quais dissipam os pensamentos sobre a morte (Arndt et al., 2004).

Contudo, segundo a TMT, para que essas estratégias sejam postas em prática, os pensamentos sobre a morte ou a saliência da mortalidade (Mortality Salience – MS) precisa habitar o subconsciente, ou seja, estar fora do foco central da atenção. Isso se deve ao fato dos indivíduos possuírem um modelo duplo de defesa que ora os faz empregar defesas diretas, ora defesas simbólicas (Arndt et al., 2004). Quando os pensamentos sobre a morte estão no

consciente, ou seja, explícitos na mente, tende-se a evocar as defesas diretas, as quais, na tentativa de retirar ou suprimir esses pensamentos do consciente, usam-se de artifícios como: limitação da capacidade cognitiva, engajamento em pensamentos e justificativas racionais que negam a possibilidade da morte prematura, ou até mesmo o despertar pensamentos compensatórios, como intenções de se exercitar ou ser mais saudável (Arndt et al., 2004). Os autores explicam que uma vez que essas defesas relaxam, os pensamentos sobre a morte não somem, mas são transferidos para o subconsciente. Com isso, ao habitar esse espaço, a saliência da mortalidade evoca as defesas simbólicas, as quais parecem conferir um senso de continuidade da existência ou imortalidade (Burke, Martens, & Faucher, 2010), traduzindo-se por meio de crenças em vida após a morte ou nas extensões do self como filhos, posses, conquistas e realizações (ex. Urien & Kilbourne, 2008; Fritsche et al., 2007; Rindfleisch & Burroughs, 2004).

Segundo a TMT, até hoje, nenhuma outra condição ou experiência que também desperte ansiedade, como dor intensa, fazer um discurso, ser socialmente excluído, fracassar em um teste, preocupações com o futuro, etc., conseguiram resultar nos mesmos efeitos provocados pela saliência da mortalidade (Arndt et al., 2004; Ferraro et al., 2005).

2.3.1 Diferenças socioculturais

Apesar da TMT adotar uma perspectiva mais universalista, encontra-se exemplos de reflexões e experimentos lidando com diferenças socioculturais. Países ocidentais como os Estados Unidos, apresentam o paradigma cultural que aposta em crenças de que o dinheiro, valores de consumismo e materialismo, posses em geral, são formas de conquistar e de medir auto estima/senso de self-worth (Arndt et al., 2004; Fransen, Fennis, Pruyn, & Das, 2008). Por exemplo, após o atentado terrorista de 11 de setembro, o qual salientou a mortalidade de toda uma nação, o ex-presidente George W. Bush fez um pronunciamento evocando as prescrições culturais norte-americanas de consumo e do materialismo, elevando os gastos dos indivíduos durante os meses seguintes (Arndt et al., 2004). Todavia, mesmo que vários artigos da TMT forneçam evidências de que a saliência da mortalidade exacerba tendências materialistas (ex. Kasser & Sheldon, 2000; Rindfleisch & Burroughs, 2004), estas só ocorrerão no caso da cultura em questão ter o materialismo como um valor (Arndt et al., 2004).

O consumo simbólico, embora não seja exclusividade das culturas ocidentais, pode apresentar variações no que tange ao valor dado às práticas consumistas e o papel que estas representam frente à questão da morte (Mandel & Smeesters, 2008). Países coletivistas que apresentem uma população que tenham seu self definido por normas culturais, mantendo fortes laços com grupos sociais, família ou com a própria nação, podem, em uma situação de saliência da mortalidade, exibir comportamentos de consumo que prezem pelo bem-estar familiar, estando menos dispostos a se engajarem em comportamentos autoindulgentes (Maheswaran & Agrawal, 2004). Em contrapartida, os autores exemplificam que países mais individualistas podem apresentar pessoas mais motivados pelo interesse próprio, menos preocupados com afiliações a grupos e, portanto, mais voltadas a buscarem o consumo em prol do sucesso individual.

No entanto, ainda que dentro de uma mesma cultura, diferentes pessoas podem adotar diferentes estratégias, pois os mecanismos de enfrentamento (“coping mechanisms”) da saliência da mortalidade são dinâmicos e diversificados (Rindfleisch & Burroughs, 2004). Por isso, da mesma forma que existem questões culturais que alteram a percepção ou os efeitos da saliência da mortalidade, existem questões particulares que causam variações entre pessoas pertencentes a uma mesma sociedade. Contudo, a TMT tem muito se ocupado com interpretações cognitivas e pouco com o papel das interações sociais (Rindfleisch & Burroughs, 2004). Embora alguns estudos levem em consideração predisposições, traços e valores individuais (Rindfleisch et al., 2009), ainda existem poucos insights em relação a essas diferenças (Maheswaran & Agrawal, 2004). Ferraro et al. (2005) oferecem um exemplo de estudo da TMT que esclarece algumas diferenças demográficas, como a diferença de gênero, observando que assuntos de dieta são mais influentes no comportamento de mulheres do que de homens. Além disso, segundo esse estudo, para que se empregue a estratégia de busca de autoestima o indivíduo precisa se sentir capaz de atingir os padrões sociais de determinada categoria de valor, além desta ser uma categoria de valor para o indivíduo, ou seja, percebida como uma fonte de autoestima deste.

Maheswaran & Agrawal (2004) propuseram que existem dois tipos de motivações que direcionam os efeitos da saliência da mortalidade: a motivação de defesa e motivação de impressionar. A motivação de defesa se refere ao desejo de manter a coerência de comportamento e atitudes anteriores, sendo estas compatíveis com os interesses e crenças do indivíduo. Consumidores sob essa motivação darão preferência a marcas que suportam sua

visão de mundo, ou a marcas às quais os mesmos já são leais, reforçando os padrões de comportamento (Maheswaran & Agrawal, 2004). Da mesma forma, é possível que esses consumidores apresentem resistência a novas marcas ou marcas que de alguma forma vão contra sua visão de mundo. Já a motivação de impressionar representa o desejo de ser socialmente aceito. De acordo com a TMT, a autoestima é advinda da percepção de ser alguém de valor em uma determinada realidade social, logo, quando a mortalidade está saliente, tem-se a tendência de querer agir conforme o que é esperado de nós, ou de acordo com a opinião alheia, a qual possui o poder de validação e inclusão social (Maheswaran & Agrawal, 2004).

Florian, Mikulincer, & Hirschberger (2002) concluíram em seu estudo que vivenciar relacionamentos profundos com outros também nos permite criar uma espécie de escudo simbólico. A construção de relacionamentos estáveis além de oferecem proteção contra os medos existenciais, também fazem com que as pessoas sintam menos necessidade de se comportar de maneira defensiva da sua visão de mundo (Arndt et al., 2004).

Klübler-Ross (1995, como citado em Rindfleisch & Burroughs, 2004) observou que pessoas que tinham passado por experiências de quase-morte ou que tinham sofrido transformações espirituais relataram que não tinham mais medo da morte. Segundo Dechesne et al. (2003), pessoas que acreditam em vida após a morte parecem ter os efeitos de saliência da mortalidade reduzidos. A religião modera a relação de como as pessoas respondem a saliência da mortalidade, pois a mesma oferece prescrições de como lidar com a questão da finitude (Maheswaran & Agrawal, 2004). Segundo Urien & Kilbourne (2008), as culturas orientais sentem menos a ansiedade da morte do que as culturas ocidentais, possivelmente, devido às características diferenciadas dos sistemas de crenças religiosas adotados por estes, como as do Budismo e Hinduísmo. De acordo com a filosofia Budista, a melhor maneira de lidar com a mortalidade é encará-la e enfrentá-la de forma direta, entendendo que o morrer é apenas uma parte da vida, que por sua vez tem como característica a impermanência das coisas (Rindfleisch & Burroughs, 2004). Maheswaran & Agrawal (2004) entendem que esse tipo de religião pode despertar menos terror da morte nas pessoas, pois o Hinduísmo, por exemplo, um dos principais fundamentos é que a morte apenas destrói nosso corpo físico, mas nossa alma é imortal. Dechesne et al. (2003) complementam que pessoas com fortes crenças na vida após a morte apresentam menos propensão de engajar em atos simbólicos de imortalidade.

De acordo com King, Hicks, & Abdelkhalik (2009), no que tange ao entendimento sobre o significado da morte, a premissa de que a esta se configura como uma ameaça tem sido uma constante nos estudos psicológicos. Segundo Niemiec et al., (2010), pessoas mais atentas ao tempo presente (“mindful”) tendiam a ser menos defensivas e reprimiam menos os pensamentos sobre morte, usando esta reflexão como uma fonte para conferir sentido à vida. King et al. sugerem que a morte, ao representar uma escassez de vida, intensifica o valor dado à existência, atuando não como uma fonte de terror ou de vazio, mas sim como um lembrete de que a “vida é uma limitada e valiosa commodity” (King et al., 2009, p. 1461).

2.3.2 Saliência da mortalidade

Embora a TMT tenha dado algum destaque aos efeitos causados por diferenças socioculturais, conforme mostrou a revisão acima, o conceito de saliência da mortalidade não parece ter recebido a mesma atenção. Apesar de muito central aos fundamentos dessa corrente teórica, a saliência da mortalidade permanece definida apenas como um momento de lembrança da própria finitude (Greenberg, 1997), sem maiores elaborações.

Observamos formatos de salientar a mortalidade trazendo em conjunto referências ao sentimento de medo da morte ou a tipos de riscos ou perigos: preenchimento de questionário de escala de medo da morte (Mandel & Heine, 1999), escrita de redação sobre o recebimento da notícia do ataque terrorista do 11 de setembro (Ferraro et al., 2005), exposição a notícias sobre câncer de mama (Cook, Arndt, & Goldenberg, 2003 como citado por Arndt et al., 2004), campanhas informativas sobre dirigir embriagado (Hunt & Shehryar, 2002 como citado por Arndt et al., 2004).

Outros, fazem recurso à experiência da própria morte (ou perda de aspectos da própria vida), como forma de estimular a saliência: escrita de redação sobre pensamentos e emoções provocadas pela ideia da própria morte (Kasser & Sheldon, 2000), pensamentos sobre relacionamentos afetivos (Florian et al., 2002), exposição a um mousepad com a marca de uma seguradora de vida (Fransen et al., 2008).

Ainda que a própria TMT releve uma diversidade de formatos para despertar a saliência da mortalidade, a discussão da variedade não parece ir além das preocupações com a eficácia em provocar essa condição tratamento nos experimentos. Essa literatura agrupa indistintamente

estímulos à saliência da mortalidade, sem considerar, por exemplo, que é possível que se esteja salientando diferentes reflexões ao exibir uma situação imprevisível e de ordem pública, como risco de um atentado terrorista, ou uma situação mais prevista e de ordem individual, como risco de dirigir embriagado.

Embora não usada pela TMT, a literatura de percepção de risco traz insights pertinentes que podem fornecer orientações acerca de possíveis classificações da saliência da mortalidade, iniciando provocações sobre o aprendizado do risco, níveis de envolvimento e interpretações/influências de ordem macro e micro sociais.

Com base em Geertz (1983), Boholm (2003) construiu um modelo de aprendizagem de risco, classificando os mesmos em esferas de “experiências-distantes”, mais incomuns, ou “experiências-próximas”, mais frequentes e/ou familiares. As informações da esfera de experiências-distantes chegam à população por meio da mídia, contemplando os cenários científicos e as narrativas coletivas, as quais apresentam dados estatísticos e explicações de relações causais (ex. dirigir embriagado apresenta risco de morte). Já os riscos da esfera de experiências-próximas, por englobar experiências do dia-a-dia, são disseminados tanto pela mídia quanto por conversas informais, sempre mediadas pelos significados particulares dos interlocutores (Boholm, 2003).

Além disso, segundo o conceito de heurística da disponibilidade (Kahneman, 2011), os indivíduos tendem a superestimar ou exagerar a frequência de determinada estatística, por conta de experiências vividas ou lembranças que lhes são mais salientes na memória. Por exemplo, pessoas que vivenciaram uma situação de acidente, seja direta ou indiretamente, tendiam a superestimar a estatística de mortalidade dos riscos em questão (Bastide et al., 1989, como citado em Boholm, 1998). Dentro dessa abordagem de heurística da disponibilidade a mídia também desempenha um importante papel, pois além de educar sobre os riscos, a mídia pode ampliar ou atenuar a percepção dos mesmos, influenciando a opinião pública sobre quais deles devem ser aceitos, tolerados ou rejeitados (Boholm, 1998).

Assim, enquanto faz sentido que a situação de um ataque terrorista saliente a mortalidade de norte-americanos, no caso do Brasil a condição poderia não se repetir, pois talvez não faça parte do imaginário brasileiro. Exemplo disso é que sob ameaças de terrorismo

durante as olimpíadas de 2016 no Rio de Janeiro, muitos brasileiros fizeram piadas na internet², zombando da possibilidade de um atentado. A literatura de risco explora quando, onde e como se aprende sobre o risco e risco de morte, esclarecendo importantes dinâmicas que conferem um maior ou um menor peso a determinados riscos.

Portanto, há uma miríade de gatilhos que despertam no indivíduo a contemplação da morte, acompanhados pelos mais variados sentimentos e reflexões. Enquanto alguns gatilhos são, possivelmente, considerados mais universais, conhecidos e/ou esperados, como doenças ou envelhecimento, outros, no entanto, são pautados em particularidades dos discursos socioculturais, apresentando maior variabilidade de julgamento e valoração. Por fim, a história de vida e as experiências de cada indivíduo adicionam um terceiro nível de complexidade a essa discussão, pois a saliência da mortalidade pode ser evocada a partir de riscos, para uns, inimagináveis e impertinentes, porém, para outros, bastante familiares e temidos.

2.4 Contexto: Brasil e a artesanania religiosa

Embora seja comum encontrar estudos que ignoram o contexto cultural enquanto variável de análise, pois acredita-se que a modernidade e suas características transcendam as características nacionais (Walter, 2012), as autoras optaram pela a abordagem da Consumer Culture Theory (Arnould & Thompson, 2005), considerando os aspectos culturais durante o desenho, execução e análise dos resultados. Apesar de compartilhar de algumas tendências da modernidade, buscou-se apresentar abaixo, não extensivamente, algumas particularidades do contexto brasileiro.

No Brasil, até 1890, a religião oficial era a Católica Romana, a qual instaurou um conjunto de valores que formaram a base da sociedade brasileira (DaMatta, 1984). Por quatro séculos a influência da igreja católica era indissociável da vida pública e inclusive da própria estrutura de poder do Estado (Montes, 1998). Contudo, a igreja católica, ocupada com os afazeres públicos, não percebeu que as ondas da modernidade trouxeram consigo movimentos de laicização do Estado e um acentuado processo de metropolização das cidades, movimentos que embora proporcionassem novidades e diversidade na oferta de referências para preencher

² Financial Times e Breit Bart (acessados dia 14/02/2017)
<https://www.ft.com/content/5ab19774-5357-11e6-befd-2fc0c26b3c60>
<http://www.breitbart.com/national-security/2016/04/17/brazil-hashtag-islamic-state-attacks/>

a vida dos indivíduos, os mesmos sentiam o peso da solidão de ter que escolher por si mesmos valores e espiritualidades que atendessem às demandas de suas vidas privadas (Montes, 1998).

Segundo Montes, durante a década de 90 o país, até então tradicionalmente católico, viu nascer um novo poder religioso, o protestantismo, o qual, se utilizando dos meios de comunicação de massa, abalaram mais ainda a estabilidade do catolicismo, culminando em uma verdadeira revolução religiosa. As “ambivalências da modernidade” (p. 69) finalmente atingiram o universo religioso do Brasil e, uma vez quebrada a hegemonia católica, o protestantismo, assim como o espiritismo e as religiões afro-brasileiras, foram ganhando espaço, visibilidade e legitimidade, trazendo consigo propostas individualizantes das almas e democratizando o acesso às experiências sobrenaturais; muitos, atraídos por esta proposta privatizante consonante com as ondas modernas, trocaram o catolicismo impessoal pelas “novas” religiões que apresentavam mais comunhão e preocupação em oferecer soluções para os problemas e angústias da vida privada (Montes, 1998).

Entretanto, de acordo com DaMatta (1997), é no contexto do individualismo que a morte começa se configurar como um problema, pois, a garantia da salvação, antes conferida por meio de rezas, missas, dentre outros rituais religiosos adotados de forma homogênea pela sociedade, agora é colocada nas mãos do indivíduo, o qual passa a ter a responsabilidade direta de descobrir o caminho para salvar a si mesmo. Segundo Montes (1998), essa transferência ocorre porque as religiões, não só no Brasil, mas como no mundo contemporâneo, perderam sua capacidade indubitável de conferir significado à existência do homem. A modernidade, ao reconhecer a autonomia do indivíduo, desencadeou uma fluidez no campo religioso, a qual ocasionou uma proliferação e fragmentação de crenças, as quais agora poderiam ser rearranjadas “ao sabor das inclinações pessoais ou das vicissitudes da vida íntima de cada um” (Montes, 1998, p. 69). Com a sociedade cada vez mais centrada no indivíduo e com o mercado de bens de salvação cada vez mais dessacralizado ou pluralizado, a espiritualidade brasileira acabou desenvolvendo uma característica, possivelmente única, de consumir a religião submetendo-a à lógica de consumo: a construção da espiritualidade se manifesta pelo consumo de múltiplas práticas e sistemas de crenças, que ao são “complementares entre si e nunca mutuamente excludentes” (DaMatta, 1986, p. 97). Segundo DaMatta, o que para um estrangeiro pode soar como cinismo ou ignorância, para os brasileiros esta é apenas uma maneira de “ampliar as nossas possibilidades de proteção” (DaMatta, 1984, p. 97).

Todavia, DaMatta argumenta que o Brasil ainda está mais para uma sociedade relacional do que uma sociedade individualista. Segundo ele, a diferença entre esses dois modelos de sociedade se resume, à grosso modo, à diferença entre falar da morte, enquanto fato da vida, e falar dos mortos, pessoas do passado (DaMatta, 1997). As sociedades individualistas, falar abertamente sobre a morte é demonstrar uma atitude científica, moderna, destemida, tranquila e resignada diante do inevitável. Já falar sobre os mortos revela o exato oposto, uma atitude sentimental, mórbida, até mesmo patológica. Nas sociedades individualistas, o morto precisa ser destruído, conforme explica o autor, dele não devendo sobrar nem mesmo a memória, tendo em vista que na sociedade moderna não há lugar para o luto, nem qualquer tipo de contato com os mortos. Esquecer e seguir em frente é visto como algo positivo, devendo-se focar em construir novas relações sociais, não evocando o passado.

Em contrapartida, as sociedades relacionais, tribais ou tradicionais – nas quais o sujeito social não é o indivíduo, mas sim as relações entre estes – vê-se uma vasta elaboração relativa ao mundo dos mortos, pois os mesmos são “sistematicamente invocados, chorados, lembrados, homenageados e usados sem cerimônia pela sociedade” (DaMatta, 1997, p. 136). No Brasil, “a morte mata, mas os mortos não morrem” (DaMatta, 1997, p. 158), sendo assim os aniversários de nascimento e de morte são recordados, o luto pelos mortos salienta as relações sociais e conversar periodicamente com os mesmos confere sabedoria. No Brasil, fala-se muito mais dos mortos do que da morte, sendo muito comum que os brasileiros, antes mesmo de atingirem uma maturidade para conceber o conceito de morte, ouçam histórias sobre os falecidos de sua família ou comunidade, pois sempre que se fala em morte, logo em seguida se fala em fantasmas ou aparições de parentes mortos; falar dos mortos é uma forma implícita de disfarçar e negar a morte (DaMatta, 1997).

Contudo, apesar da forte influência da religião, o Brasil não está imune a outras práticas que também buscam conferir significado à existência, como a busca do prazer e o consumo (Montes, 1998). Todavia, o papel do consumo e/ou a força do materialismo como uma solução para vazios existenciais dependerão de quão enraizados estes estão na cultura local (Arndt, 2004). No Brasil, produções acadêmicas acerca das características da cultura de consumo local ainda são escassas (Barbosa, 2004).

3 METODOLOGIA

O campo foi inicialmente abordado através de uma entrevista piloto aberta, sem auxílio de roteiro, na qual a entrevistada ficou livre para contar a sua história a partir da temática do despertar da consciência acerca da própria finitude. Os assuntos que surgiram durante entrevista piloto foram complementados com temáticas advindas da revisão de literatura para a criação de um roteiro semiestruturado, o qual teve como pilar central o uso da técnica de história de vida. A história de vida permitiu que os participantes pudessem contar suas histórias enfatizando experiências e memórias que os mesmos consideravam mais relevantes ou marcantes (Atkinson, 2002) e não apenas as preconcepções que as autoras pudessem ter sobre a inserção da morte no contexto pessoal de cada entrevistado. Assim, os participantes eram convidados a contar sua história de vida, desde sua primeira lembrança ou experiência que envolvesse a temática morte (não necessariamente a morte de alguém) até os dias atuais. Durante a narrativa, perguntas que encorajavam um aprofundamento ou que exploravam mudanças no cotidiano e no consumo dos participantes foram acrescentadas. Além disso, métodos projetivos também foram utilizados para auxiliar na revelação de sentimentos, percepções e fantasias, as quais poderiam ser mais difíceis de se obter apenas com o uso de perguntas diretas (Belk, Fischer, & Kozinets, 2013).

Conforme abordado anteriormente, o Brasil é um país marcado pela influência das mais diversas religiões, as quais nem sempre competem por fiéis, pois os brasileiros, por vezes, manifestam sua espiritualidade se usando de múltiplas práticas e sistemas de crenças (Montes, 1998; DaMatta, 1984). Durante o piloto, a entrevistada dizia acreditar de tudo um pouco, caracterizando a importância de uma segmentação que considerasse não apenas ateus e religiosos, mas como também este grupo especial que flerta com uma pluralidade de crenças, porém de maneira descompromissada em termos a adoção de práticas. O grupo foi apelidado como praticante de uma espécie de “artesanato espiritual” (Campbell, 2005).

Concomitantemente ao aspecto religioso, o paradigma de curso de vida também foi levado em consideração, pois a percepção da morte e as atividades de consumo podem variar de acordo com o contexto dos participantes, entendendo que diferentes estágios da vida proporcionam diferentes experiências e necessidades/práticas de consumo (Moschis, 2007). Com isso, desenhamos a seguinte segmentação para a prospecção dos participantes: 3 níveis de crença (ateus/agnósticos; artesanato espiritual; religiosos praticantes) e 2 níveis de estágio de vida (jovens e adultos). Os jovens foram buscados no perfil etário de 18 a 29 anos, no contexto de estarem cursando ou recém-formados na faculdade e morando com os pais, ou dependentes

financeiramente dos mesmos. Importante destacar que é comum no Brasil que indivíduos desta faixa etária ainda morem com os pais, pois aspectos culturais e econômicos conferem a estes uma emancipação tardia (Guerreiro & Abrantes, 2005; Pais, 2009), se comparado a outros países.

Os adultos se enquadravam na faixa etária de 30 a 60 anos, com ensino superior completo e com configurações familiares diversas (ex. solteiros, casados, com ou sem filhos). Foram conduzidas um total de 18 entrevistas, resultando em 941 páginas de transcrições. Algumas entrevistas foram bastante longas devido à presença de uma grande quantidade de experiências relacionadas a morte, à dificuldade de se expressar dentro do tema ou de manter uma linearidade ao contar sua história de vida. Muitos participantes comentavam, durante as entrevistas, que estavam surpresos ao perceber como a morte estava muito mais presente em sua vida ou em seus pensamentos do que eles mesmos davam conta.

Embora não houvesse a pretensão de coletar uma amostra representativa da população nacional, buscou-se variedade ou igualdade em aspectos demográficos como gênero, localidade (ex. diferentes estados; metrópole x subúrbio), contextos familiares e experiências mais ou menos intensas/frequentes com a morte. A maioria das entrevistas foram conduzidas com os participantes em suas próprias casas e um pouco mais da metade das entrevistas foram feitas presencialmente, sendo as restantes realizadas por Skype. Abaixo segue uma tabela com o perfil dos participantes. Os nomes foram trocados com o intuito de preservar a identidade dos mesmos.

Quadro 1: Perfil dos entrevistados

NOME	CICLO DE VIDA	IDADE	CRENÇA	LOCALIDADE	ESTADO CIVIL	FILHOS
Erica	Jovens	24	Ateus / Agnósticos	Rio Grande do Sul	Solteira	Não
Lucas		28		Rio de Janeiro	Solteiro	Não
Thiago		23		Rio de Janeiro	Solteiro	Não
Luiza	Adultos	39		São Paulo	Casada	Não
Jorge		43		Rio de Janeiro	Solteiro	Não
Heloisa		41		Rio Grande do Sul	Casada	Sim
Francisca	Jovens	27	Artesanato	Distrito Federal	Solteira	Não
Bruno		26	Espiritual	Pernambuco	Casado	Não

Alessandra		28		Rio de Janeiro	Solteira	Não
Susana		48		Rio de Janeiro	Solteira	Não
Camila	Adultos	33		Rio de Janeiro	Casada	Não
Rodrigo		35		Rio de Janeiro	Casado	Sim
Julia		21	Protestante	Distrito Federal	Solteira	Não
Marcos	Jovens	24	Católico	Distrito Federal	Solteiro	Não
Caio		26	Candomblé	Rio de Janeiro	Solteiro	Não
Felipe		58	Umbandista	São Paulo	Casado	Sim
Cristina	Adultos	46	Católica	São Paulo	Casada	Sim
Vanessa		44	Espírita	Rio de Janeiro	Divorciada	Sim

Apenas dois filtros foram estabelecidos: o participante não poderia estar em situação de doença terminal ou se reconhecer em luto pela morte de um ente querido. Esses filtros foram estabelecidos justamente a fim de evitar que temáticas de consumos já exploradas por estudos anteriores pudessem dominar a presente investigação. Todavia, durante a entrevista de um participante, ao investigar as repercussões do óbito de um ente querido, o mesmo pediu para que mudássemos de assunto, pois o participante acabara de perceber que ainda não havia superado este falecimento.

Embora qualquer tópico de pesquisa possa ser visto como tópico sensível (Ger & Sandıkcı, 2007), alguns são consagrados nesta categoria, como é o caso da morte. Ao mesmo tempo que os entrevistados prospectados demonstravam interesse e curiosidade em participar devido ao tabu do tema, em alguns casos a sensibilidade transbordou, levando alguns entrevistados a, por exemplo, chorarem durante exercícios projetivos. A leitura do artigo de Ger & Sandıkcı (2007) foi essencial para a preparação para a condução das entrevistas, pois conforme lembram estes autores, os tópicos sensíveis são estressantes tanto para os entrevistados quanto para os entrevistadores, sendo importante se atentar a dificuldade da conquista da confiança do entrevistado, para que o mesmo possa se abrir durante a entrevista, e do momento de frear algumas perguntas de aprofundamento a fim de não inviabilizar a conclusão da entrevista.

Devido à forte influência e penetração da religião no país, o grupo de ateus foram os que apresentaram mais desconfiança. Alguns ateus questionaram as crenças da entrevistadora enquanto ridicularizavam alguns pensamentos e/ou comportamentos tidos como de pessoas religiosas. Os religiosos ou os espiritualizados, por sua vez, pareciam fazer questão de reafirmar que suas opiniões e crenças poderiam não ser válidas para pessoas em outros contextos. De toda forma, todos os grupos, ao seu próprio modo, apresentavam um certo receio ou preocupação com possíveis julgamentos que a entrevistadora pudesse fazer. Em alguns momentos foi difícil equilibrar o custo de expressar, ou mesmo de mentir sobre visões e crenças pessoais da entrevistadora, e o benefício de demonstrar convergência de opiniões, “garantindo” ausência de julgamento.

De toda forma, tendo em vista a natureza sensível do tópico, priorizou-se a prospecção de participantes já presentes nos círculos sociais das autoras, a fim de minimizar problemas de confiança. Contudo, não foi possível coletar todos os participantes desta forma e, embora fosse presente o risco da geração de um viés de pesquisa, usou-se da amostragem bola de neve (snowball sampling), conforme sugerido por Ger & Sandikci (2007). Ateus e religiosos praticantes de religiões afro-brasileiras foram mais difíceis de encontrar mesmo com o método bola de neve, então recorreu-se a rede social Facebook para encontrar os participantes restantes.

Por fim, o material transcrito foi analisado e codificado com base na segmentação dos participantes, nos temas discutidos na revisão de literatura e nos temas específicos que surgiram durante as entrevistas. As entrevistas foram lidas diversas vezes, fazendo com que códigos fossem criados, atualizados, agrupados, ramificados ou excluídos. Conceptualizações foram debatidas e aprimoradas, dando origem ao material a seguir.

4 RESULTADOS

4.1 Dinâmicas socioculturais da saliência da mortalidade

Os resultados do presente estudo foram seccionados em 3 partes: (I) discussão acerca das forças balizadoras da formação e percepção da morte; (II) apresentação da matriz sociocultural da saliência da mortalidade, evidenciando as bases de diferenciação das naturezas das saliências encontradas; seguida pelo (III) aprofundamento das diferentes saliências, assim

como seus reflexos no consumo, a partir do método de estudo de caso.

4.1.1 O Discurso Público e a Experiência Privada de Morte

Observamos no campo que a percepção da morte é balizada por dois importantes referenciais, os quais nomeamos de Discurso Público de Morte (DPM) e Experiência Privada de Morte (EPM). Enquanto a EPM traz uma leitura particular de experiências, diretas ou indiretas, com a morte, o DPM apresenta uma narrativa sociocultural, uma elaboração coletiva da morte que estabelece uma normatividade para sua leitura. Oriundo de parâmetros socioeconômicos de mortalidade, o Discurso Público de Morte chega à população por meio das interpretações dadas pelos aspectos culturais, midiáticos, religiosos/seculares. Por meio do DPM aprendemos um conjunto de crenças e diretrizes, juntamente com uma série de expectativas, acerca de questões como longevidade, prudência e preservação da saúde e do corpo, assim como classificações do que são mortes esperadas ou inesperadas, naturais ou não-naturais.

Por trás do DPM está a normatividade que define a ideia de morte natural, defendida por Baudrillard (1993). Segundo este autor, a morte natural é aquela resultante de causas biológicas e que nos acomete após a vivência de todo o capital biológico³. Em campo, encontramos que a morte natural geralmente acontece sem que haja um juízo de valor sobre sua ocorrência, além de não ter sua inevitabilidade questionada. É uma morte mais aceita, por vezes até desejada para quem esteja sofrendo como, por exemplo, um idoso moribundo.

Já a morte não-natural é uma morte prematura, sendo comumente valorada pelos entrevistados (ex. justa, injusta, evitável). A morte não-natural causa desconforto e insegurança, pois expõe a discrepância entre a expectativa dada pelo DPM – morrer aos 80 anos de causas naturais – e a realidade da morte – morreu aos 21 anos em um acidente de carro. Morrer quando ainda se é jovem é algo escandaloso, pois esse tipo de morte revela uma incompetência da ciência em prolongar o capital biológico de vida (Lai, 2016).

³ Segundo Baudrillard (1993), ter uma morte natural ou viver o capital biológico significa viver até o fim de uma expectativa de vida “normal”.

Porque a morte não-natural tende a gerar insegurança e desconforto, o DPM fornece explicações das circunstâncias que levaram àquela morte, de modo que outros possam aprender a evitá-la. Assim, somos gradualmente educados a respeito do nosso papel acerca da conservação do corpo e da preservação da própria vida, a fim de afastar a morte prematura ou não-natural. Contudo, durante a vida, experiências com morte inevitavelmente se intensificam e se diversificam. Passamos a vivenciar, direta ou indiretamente, situações que atuam como lembretes ou gatilhos, os quais tornam salientes as questões sobre a mortalidade, própria ou de terceiros, e criam leituras individuais acerca do que a morte ou a mortalidade significam. Desta forma, a morte ganha uma dimensão mais próxima, concreta e pessoal, dando origem à Experiência Privada de Morte.

“Até meus 20 e tantos anos a morte era um conceito como qualquer outro conceito de maneira abstrata, não era uma coisa muito presente. Depois dos 30 e pouco você começa (...) a pensar com mais frequência na morte e não mais naqueles termos que eu falava antes de fabulação. Você vai vendo no seu corpo e você está ficando mais velho e necessariamente leva você a pensar nisso. Você pensa mais na velhice que é uma maneira de pensar na morte também”. JORGE

Com isso, os ensinamentos da esfera pública generalista passam a ser contrastados com as experiências e percepções subjetivas da esfera privada. Isto é, enquanto o DPM fornece diretrizes gerais do que se pode esperar da morte ou do envelhecimento, as experiências privadas irão validar e reforçar, ou, questionar e desafiar essas diretrizes. Assim, ao longo da vida, a Experiência Privada de Morte pode estar em maior ou menor consonância com o Discurso Público de Morte.

Por exemplo, se na infância o Discurso Público nos ensina que a morte é um evento distante, uma preocupação voltada para os pais ou idosos em geral, a Experiência Privada de alguns pode contradizê-lo, ensinando que chegar à velhice não é uma dádiva garantida a ninguém. Enquanto a Experiência Privada de Luiza parece confirmar a matriz cronológica do ciclo de vida proposta pelo DPM, a Experiência Privada de Heloisa irá se opor. Aos 7 anos, Heloisa recebeu a notícia do falecimento de sua colega de turma e o grande choque não foi descobrir sobre a morte em si, mas sim que crianças não são imunes à morte, como rezava o Discurso Público de Morte internalizado.

“A morte começa a ficar uma brincadeira que a gente faz. A gente teve a fase que só ia em casamento. Todos os amigos casaram. Depois teve a fase das festas de 1 ano no buffet infantil e agora a fase dos velórios e enterros dos pais dos amigos. Vai se tornando uma coisa mais real, cotidiana, até mais comum e menos chocante, vai mudando. Vai fazendo parte da sua vida”.

LUIZA

“Quando você é criança você não pensa na questão de mortalidade, você pensa que tem a vida inteira pela frente... Mas eu lembro que eu pensava assim: Criança também morre? (...) Ficou todo mundo com medo. Você via que aquilo ali impactou muita gente porque a gente não tinha noção de que a gente podia morrer também. Não era o nosso avô velhinho que poderia morrer só, a gente podia morrer também. Eu acho que ficou no imaginário de todo mundo esse problema, essa problemática que criança também morre”. HELOISA

A crença religiosa, por exemplo, tem um papel muito singular dentro da construção da Experiência Privada, pois oferece novas interpretações aos fatos que escapam às regularidades estatísticas e taxas de mortalidade. Uma morte não-natural pode ganhar nova explicação através do entendimento de que Deus está no controle do destino traçado para cada um de nós, oferecendo uma nova acomodação entre o Discurso Público de Morte internalizado e a Experiência Privada vivida. Quando sua amiga faleceu, a jovem protestante Julia buscou conforto e resignação na sua visão religiosa.

“Por que ela? Por que a gente não pode ter uma velhice e morrer na hora que tem que morrer? (...) eu confio muito no meu Deus, eu sei que ele me ama e eu sei que ele ama, quer de toda forma resgatar a humanidade, fez de tudo e continua fazendo, então para mim a justiça Dele é muito mais alta do que a minha, então não me cabe questionar essas coisas. (...) eu acredito que Ele nunca perde o controle das coisas, então eu nunca atribuí isso a questionar Deus ou ficar com raiva”. JULIA

O DPM fornece uma sensação de controle sobre a própria morte, permitindo que cada um realize o que está ao seu alcance para remediá-la ao máximo. No entanto, a experiência concreta de cada um, através de morte de pessoas próximas ou doenças, por exemplo, podem gerar uma revisão da percepção de previsibilidade da morte, desencadeando mecanismos de compensação. A jovem Francisca cita casos da mídia para contra argumentar que, embora a esfera pública trate alguns hábitos de consumo como fatais, sua interpretação privada ameniza

o fatalismo desses consumos, transformando a responsabilidade sobre a saúde em uma questão de probabilidades, uma responsabilidade parcial.

“Morrer é um fato inevitável, todo mundo vai morrer, mas eu acho que suas escolhas interferem no momento da sua morte. É aquela questão que falei de probabilidades. Você começa a jogar os números contra você. Você começa a ter comportamentos que podem acelerar sua morte ou podem tornar sua morte mais sofrida. No final das contas você vai ver caso de pessoas que fumaram pra caramba, beberam pra caramba, fizeram tudo que não prestava e continuam vivos. Tipo aquele cara do Rolling Stones, o Keith Richards, ele é totalmente tóxico e continua vivo”. FRANCISCA

Já Felipe se usa do exemplo de sua mãe para rebater a incontestável crença pública da relação causal entre cigarro e câncer, conseqüentemente, aliviando sua preocupação acerca do seu hábito tabagista.

“Ela tinha 73 anos de idade e ela fumou até o dia antes de ser internada no hospital, mas ela não teve um câncer nem pulmonar e nem em lugar nenhum no corpo, então não é uma pessoa que pode ser usada como exemplo de que cigarro dá câncer, então é uma coisa, puxa vida, cigarro causa câncer, causa, pode causar câncer. Depende muito do organismo, mas é aquele negócio, você nunca acha que você vai ser o cara que vai ter o câncer. Tomara que nunca aconteça porque eu continuo achando que não acontece comigo”. FELIPE

Todas as experiências, mesmo as mais ordinárias, tem o potencial de salientar a mortalidade do indivíduo e gradualmente construir uma percepção de morte particular. Nomeamos essas experiências de *gatilhos da mortalidade*. Alguns gatilhos da mortalidade identificados pelo nosso campo de pesquisa são: exposição a conteúdos midiáticos; consumos associados à morte; experiências com acidentes e violência e; experiências relacionadas à decadência do corpo como doenças ou envelhecimento. Importante ressaltar que essas experiências, ou situações-gatilho, são sempre interpretadas de acordo com as crenças e valores do indivíduo, além de contar com a influência de mecanismos psicológicos de defesa, os quais podem alterar, filtrar ou até mesmo reprimir a memória ou reflexões suscitadas a partir desses encontros.

4.1.2 Matriz Sociocultural da Saliência da Mortalidade

A saliência da mortalidade apresentará naturezas diversas em função de dinâmicas socioculturais que a atravessam. A partir das entrevistas, pudemos perceber que a saliência é marcada por duas principais dimensões: previsibilidade da experiência com morte (eixo horizontal, figura I) e projeto de vida (eixo vertical, figura I), resultando em 4 diferentes tipos de saliência da mortalidade. A seguir apresentaremos cada eixo da matriz, seguido pela apresentação breve das saliências encontradas, as quais são aprofundadas por meio de estudos de caso subsequentemente.

Figura 1: Matriz Sociocultural da Saliência da Mortalidade



Elaborado por: as autoras

Eixo Horizontal: Previsibilidade da Experiência com Morte

Experiência Previsível (DPM = EPM) ou Experiência Imprevisível (DPM x EPM)

O eixo horizontal trata do caráter previsível ou imprevisível das situações ou experiências de gatilhos da mortalidade vividas pelos participantes, pois em campo encontramos que a consonância ou dissonância entre o Discurso Público e a Experiência Privada oferecia estímulos de diferenciação das soluções dadas à saliência de mortalidade. Embora o Discurso Público de Morte nos faça acreditar que a morte é controlada e previsível (i.e., uma preocupação destinada aos indivíduos na terceira idade), a Experiência Privada de Morte, por vezes nos mostra que este controle é parcial, pois crianças e jovens não estão imunes,

mesmo que tomando as devidas precauções.

Logo, as experiências vividas pelos entrevistados podem recair sobre um desses dois contextos: previsibilidade, no qual a experiência individual vivida está alinhada com o Discurso Público de Morte, por sua vez reforçando as crenças culturais e sociais sobre a percepção da morte/envelhecimento, ou, imprevisibilidade, no qual o discurso do DPM se mostra falho ou contraditório em relação à Experiência Privada de Morte vivida, desafiando as crenças públicas sobre a morte/envelhecimento.

Encontramos em campo que participantes que possuem sua EPM alinhada com o DPM apresentam uma maior chance de evocar as prescrições dadas pelo DPM para lidar com questões referentes à morte e envelhecimento. Em termos de pesquisa, especulamos que um grupo de participantes com suas EPMs consonantes com o DPM, possivelmente apresentarão representações da morte e soluções de consumo mais alinhadas com o Discurso Público e, portanto, mais homogêneas entre si (i.e. cigarro dá câncer, logo, este não será consumido).

Em contrapartida, encontramos em campo que participantes com suas EPMs dissonantes do DPM, tendem a buscar alternativas mais customizadas a fim de sanar conflitos originados pela quebra da expectativa em relação ao DPM. Especulamos que, se as experiências privadas de um grupo de participantes forem bastante divergentes das noções sociais, provavelmente será observada uma maior diversidade de perspectivas e soluções de consumo dadas para as questões da morte e envelhecimento, tendo em vista que as prescrições dadas pelo DPM perdem seu sentido em face de situações de morte imprevistas pelo mesmo (i.e. aquela pessoa sempre levou uma vida saudável e morreu jovem, logo, não adianta ser saudável).

Resumidamente, se a situação vivida/observada for prevista pelo DPM (EPM = DPM), as orientações públicas são validadas e tem maior chance de serem seguidas pelo indivíduo. Contudo, se a situação vivida/observada for imprevista pelo DPM (EPM x DPM), as orientações públicas são questionadas e tem menor chance de serem seguidas pelo indivíduo.

Eixo Vertical: Projeto de Vida

Vida Desenvolvida ou Vida Projetada

O eixo vertical trata do caráter desenvolvido ou projetado da vida dos participantes

entrevistados, pois em campo percebemos que a particularidade da vida levada pelos participantes oferecia estímulos de diferenciação da natureza saliência de mortalidade.

A modernidade possui a forte tendência da orientação para o futuro e de depositar no indivíduo a responsabilidade de construir seus próprios valores e sua própria identidade (Mellor & Shilling, 1993). Segundo os autores, essa construção, ou o projeto do self, tornou-se o projeto mais importante do homem. Contudo, a morte, por representar a ausência de futuro e interrupção da vida, carrega consigo o potencial de destruir as tentativas de construção de significado pessoal para o projeto do self, deixando este incompleto (Mellor & Shilling, 1993). Com isso, as autoras entendem que, embora dinâmico, o estágio de completude do projeto do self influencia, substancialmente, os sentimentos e a percepção acerca da própria mortalidade.

As autoras definem que uma vida projetada se traduz em uma vida na qual o projeto do self ainda está fase incipiente. Isto é, na vida projetada o indivíduo ainda está explorando suas opções e buscando consolidar sua identidade. Este é um estágio marcado por muitas incertezas e possibilidades de caminhos a serem percorridos, além de muitos investimentos ou sacrifícios do tempo presente para a conquista de objetivos futuros. Já a vida desenvolvida representa um projeto do self em estágio mais avançado ou estabilizado. Uma vida na qual o indivíduo já alcançou seus principais objetivos, consolidou sua identidade pessoal e/ou validou sua jornada de vida. A vida desenvolvida transmite um maior sentimento de realização, desfrute e manutenção do momento presente.

Para os entrevistados que ainda estão numa fase de vida projetada, a morte representa um desconforto ou uma ameaça muito maior do que para aqueles que se encontram em um estágio de vida desenvolvida. Enquanto, em uma vida projetada, a morte parece roubar do indivíduo o momento futuro da recompensa e do desfrute, em uma vida desenvolvida, a sensação de interrupção parece ser abrandada pelos feitos e conquistas realizadas. Com isso, as autoras teorizam que a passagem de uma vida projetada para uma vida desenvolvida é um momento crucial na vida de um indivíduo, pois é a partir dessa passagem que os investimentos e esforços se concretizam em resultados, conferindo um sentimento de completude para o projeto do self, o que por sua vez, reduz o tom ameaçador da morte.

Todavia, é importante destacar que a sensação de incipiência ou desenvolvimento do projeto do self tem caráter dinâmico, pois ao iniciar um novo planejamento para o futuro, o

projeto do self pode retornar à fase de projeção. O nascimento de um filho, por exemplo, pode iniciar uma nova fase do projeto do self. Além disso, a desenvoltura do projeto de vida está parcialmente relacionada à idade. Quanto mais velho é o indivíduo, mais tempo este teve para conseguir chegar num estágio de vida desenvolvida, o que não significa que adultos ou idosos sempre terão alcançado uma maior completude do projeto do self, ou que jovens não possam se sentir realizados desde muito cedo.

Quadrantes: Saliências da Mortalidade

Ruptura Evitável & Ruptura Incontrolável

Essas saliências, por se encontrarem na posição de vida projetada, são as que mais evidenciam o poder da morte de interromper a vida, possivelmente resultando em uma maior sensação de angústia, se comparadas às saliências na posição de vida desenvolvida. Embora angustiante, a Ruptura Evitável enxerga a morte como algo previsível, evocando as prescrições do Discurso Público, as quais fornecem diretrizes de como afastar a morte prematura, tranquilizando o indivíduo em relação a probabilidade de a mesma ocorrer. Já a saliência de Ruptura Incontrolável enxerga a morte como imprevisível, levando os indivíduos nessa condição a buscarem soluções customizadas para lidar com essa saliência, já que o Discurso Público não se mostra capaz de fornecer soluções críveis ou eficazes para afastar a morte prematura.

Negociação da Identidade & Reforço da Identidade

Indivíduos nessas condições de saliência tendem a apresentar uma maior aceitação da própria mortalidade, devido ao estágio desenvolvido de seu projeto de vida. Para os que enxergam a morte como previsível, haverá uma maior intenção de buscar a mitigação das probabilidades de morte prematura. Essa mitigação se dá com base nas prescrições do Discurso Público e requer uma certa flexibilização da identidade construída, pois será necessário alterar a prática da identidade, para implementar essas prescrições que visam afastar a morte prematura. Já na condição de imprevisibilidade da morte, o indivíduo buscará mitigar as chances de morte prematura a partir de soluções customizadas, mas que priorizam o sustento ou inalteração do núcleo identitário.

4.2 Estudos de Caso

Com base na matriz acima, a análise a seguir busca elaborar as diferentes naturezas da saliência da mortalidade através de estudos de caso (Holt, 2002), evidenciando as situações de gatilhos da mortalidade, as características de cada tipo de saliência e os desdobramentos no consumo. Quatro participantes foram selecionados para ilustrar em maior profundidade as quatro saliências identificadas. Complementamos suas histórias com a fala de outros participantes que, convergindo ou divergindo do caso central, contribuem para enriquecer e pluralizar as discussões. Acreditamos que os resultados encontrados contribuem para um primeiro levantamento da diversidade de impactos que a morte pode ter sobre as práticas de consumo.

4.2.1 Francisca e a Saliência da Ruptura Incontrolável

Francisca tem 27 anos, é solteira, sem filhos, mora com o pai no Distrito Federal e está cursando sua segunda graduação. Ultimamente Francisca tem tido contatos frequentes com um colega de trabalho, cujo pai está em cuidados paliativos. A princípio o tratamento parecia estar funcionando, até que as coisas mudaram repentinamente e o mesmo se tornou paciente terminal. Após algumas conversas com seu colega, Francisca começou a refletir de uma forma mais profunda sobre a própria vida e como as coisas também poderiam mudar, repentinamente, para ela.

“(…) comecei a pensar sobre isso. Cara, olha pra mim, estou surtando, alucinando aqui com mil coisas do trabalho, da faculdade, muito trabalho, muito estudo e estou perdendo as outras coisas da minha vida. E se eu morrer amanhã? ”. FRANCISCA

Francisca se considera uma pessoa que faz muitos planos para o futuro e que, recentemente, ela tem se dedicado intensamente aos seus estudos e trabalho, sacrificando sua vida social, os cuidados com a alimentação e com o corpo, pois o momento de desfrutar, teoricamente, virá depois. Devido à proximidade com a situação de seu colega de trabalho, Francisca começou a pensar mais sobre a própria morte, atingindo uma espécie de epifania. Para exemplificar seu despertar, ela faz uma analogia entre morte e traição.

“Tem o corno que ele no fundo sabe que é corno, mas ninguém sabe que ele é corno e está velado. Então ele vai vivendo a vida fingindo que não é. Só

que tem um dia que ele chega em casa e vê o Ricardão na cama com a mulher e ele fala que é cara e agora está sacramentado, não tenho como fingir (...) quando você é confrontado com essas coisas de fora pra dentro, quando isso vem do mundo exterior pra você e você tem de lidar com isso é como se você ficasse nu. É como se você tivesse tirado esse véu e te mostrado aquela realidade que você não estava querendo encontrar de forma muito direta. (...) Eu acho que fiquei nua nesse momento. Estou vivendo minha vida de uma forma que não vale a pena, que posso não chegar onde quero chegar”.

FRANCISCA

Segundo a entrevistada, o pensamento sobre a própria mortalidade, de certa forma, sempre esteve presente ao longo de sua vida. Com isso, a grande revelação que a deixou nua não é que a “morte existe” ou a “morte pode chegar a qualquer momento”. Assim como o homem traído se recusa a enxergar que seu casamento não é feliz, Francisca se recusava a enxergar que a vida que estava levando não estava sendo satisfatória. A contemplação da morte denunciou uma espécie de traição dela consigo mesma. Embora ela se consolasse com a ideia de que esses sacrifícios têm um prazo para acabar, ao pensar na imprevisibilidade da própria morte Francisca se sentiu angustiada, pois existe a chance de que ela esteja desperdiçando seu tempo presente apenas em prol de um futuro que talvez nunca chegue.

“(...) às vezes penso que se minha vida acabar antes de eu chegar nesse ponto vai perder um pouco de sentido tudo isso que estou fazendo. Quer dizer é como se você tivesse morrido na praia. Você fez tudo aquilo pra chegar naquele ponto que iria dar tudo certo e você não chegou lá. Eu acho isso angustiante você pensar nessa perspectiva de que isso pode acontecer”.

FRANCISCA

Ela espera que dentro dos próximos 5 anos ela consiga viver sua vida de forma mais plena ou satisfatória, com mais tempo para dedicar aos seus amigos, familiares e hobbies. Segundo ela, pensar na morte tem representado uma oportunidade de “colocar o pé no chão e estar presente”, tentando valorizar mais o processo de viver e não apenas no final ou o momento de conquista dos investimentos futuros.

O presente caso ilustra o que intitulamos de Saliência da Ruptura Incontrolável. Francisca parece estar em uma fase de vida projetada, pois sente que a vida ainda não atingiu um momento de completude ou validação de seus esforços. Além disso, a mudança repentina de previsibilidade de sucesso no tratamento do pai de seu colega de trabalho salientou que nem

sempre a medicina ou os avanços humanos conseguem reverter ou afastar quadros de morte. Ao refletir sobre essa falta de controle sobre sua finitude, Francisca viu seus sacrifícios para o futuro perderem um pouco de sentido.

Em face das incertezas trazidas pela incontrolável morte, este gatilho da mortalidade evidenciou um grande desequilíbrio entre viver o presente e investir no futuro. A entrevistada chegou à conclusão de que tem levado uma vida que “não vale a pena”, com poucos prazeres no presente e repleta de sacrifícios para o futuro. Assim, ao evocar a imprevisibilidade da morte e ameaça de ausência de futuro, Francisca voltou seu olhar para o presente, tentando balancear suas atividades, de forma a reverter seu quadro de vida que é, quase que exclusivamente, orientado para o futuro.

Reorganizar a prioridade de alguns consumos, inserir novos consumos em sua rotina, assim como se aproximar da família e dos amigos, foram as principais necessidades mencionadas pela entrevistada. Todo domingo, por exemplo, seu pai tem o costume de almoçar com familiares e amigos, mas por muito tempo Francisca ficou ausente desses encontros. Para se aproximar da família, Francisca voltou a integrar o ritual dominical de almoço do pai, além de ter buscado estar mais presente para sua mãe, nem que seja por telefone, pois a mesma mora em outro estado.

Sobre ter mais contato com os amigos, Francisca diz que tem feito um esforço consciente, não apenas de tentar sair mais, mas como também de se lembrar de entrar mais em contato com os amigos pelas redes sociais, pois ela possui muitos amigos que moram longe. As redes sociais foram mencionadas em outras entrevistas e sua importância ultrapassa a barreira de idade. Felipe de 58 anos, na hipótese de receber um prazo para viver, disse que deixaria mensagens na rede social que usa, na tentativa de avisar e se despedir das pessoas. Erica de 24 anos conta que antes de morrer gostaria de se organizar para conhecer seus amigos virtuais no mundo físico.

A necessidade de estar mais em contato com a família e com os amigos devido a imprevisibilidade da morte também foi um tema que surgiu em outras entrevistas. Muitas vezes essa necessidade vem motivada por um desejo de evitar arrependimentos futuros como, por exemplo, de não ter se dedicado mais, passado mais tempo junto, se expressado ou declarado sentimentos de maneira satisfatória a seus entes queridos.

“Geralmente eu fico pensando mesmo em relação a aquele medo de não dar valor às pessoas enquanto elas estão vivas, enquanto elas estão perto e me arrependo disso depois. (...) Acho que, por exemplo, agora tenho dito mais para a minha mãe que eu a amo, a meu pai também. Tenho expressado mais meus sentimentos”. ERICA – após a morte do avô.

“Isso mudou meu comportamento em relação a minha família, em relação aos meus amigos em relação a ser algo mais afetuosos. Não que antes não era, mas se tornou algo de demonstrar mais apreço, é bom de ter você aqui, gosto de você, amo você, esse tipo de situação mudou”. MARCOS – após a morte do tio.

Enquanto nos jovens a necessidade de estar mais próximo da família surge em um plano distante, pois não existem evidências concretas de que a morte está próxima de seus entes queridos, no caso dos adultos esta necessidade se configura em um plano mais concreto. Ao observar o envelhecimento dos pais já idosos ou de outros membros mais velhos da família, a morte nesse caso não é imprevisível, pelo contrário, é esperada, apenas uma questão de tempo. Com isso, surge a necessidade de aproveitar o tempo que lhes restam juntos.

“Agora a gente só tem a sensação pelos pais, meu pai já tem mais de 80, minha mãe tem quase 80 e você fala “meu Deus, quanto tempo mais vai ficar comigo?” tem aquela sensação de que não vai acontecer nunca, mas que pode acontecer a qualquer hora. Quer dizer, pode acontecer com qualquer um, isso que eu falo, mas quando a pessoa tem mais idade, tem mais probabilidade, então fica um medinho ali, um negócio rondando, natural”. CRISTINA

“Eu digo eu te amo para minha mãe todos os dias, eu ligo para ela todos os dias mesmo morando na mesma cidade. Sempre que eu posso eu vou visitá-la. Sempre que eu posso dizer para ela o quanto ela é importante, o quanto ela é maravilhosa eu digo. Então nunca deixar para amanhã uma coisa que você sabe que você tem que fazer porque quando acontece o inevitável porque a morte é inevitável você não se lamenta tipo eu devia ter feito isso, aquilo ou aquele outro”. HELOISA

Camila apresenta um contraste entre sensação de imprevisibilidade da morte de seu cônjuge e a inevitabilidade da morte de seus pais. A entrevistada conta que apesar do pensamento sobre a morte de seus pais lhe causa tristeza, porém este é um acontecimento previsível, natural e inevitável para o futuro próximo. Já a morte de seu marido, nesse momento, seria uma morte prematura, não-natural, entrando no âmbito da angústia da falta de controle

sobre a morte. Segundo ela, a morte de seu cônjuge simboliza a morte de seu futuro, sendo a dor tão intensa que a entrevistada tem necessidade de reprimir esse pensamento, redirecionando sua atenção para um pensamento ainda mais forte. O casal pretende, em breve, tentar ter o primeiro filho, logo, a estratégia de Camila ao pensar na morte de seu cônjuge é fantasiar com a decoração do quarto do bebê.

Inversão da moralidade do consumo

De acordo com Belk, Ger, & Askegaard (2003), a execução de um desejo de consumo passa por uma tensão entre a sedução e a moralidade. Isso porque os consumidores são seres morais que hesitam em engajar em ações que não podem ser justificadas satisfatoriamente para si mesmos (Campbell, 1990 como citado por Belk et al., 2003). Logo, consumos que atravessam as fronteiras do moral e rotineiro, podem acabar adquirindo o status de transgressão, sendo acompanhados por sentimentos de culpa, pecado ou falta de controle (Belk et al., 2003).

Na intenção de aproveitar mais o tempo presente Francisca considera que tem se dado alguns “luxos”, como reservar na sua rotina horários para assistir Netflix, ler livros não acadêmicos e períodos para viajar. Segundo ela, essas são as “alegrias” que antes estavam reservadas para um tempo futuro, mas que agora ela busca trazendo para o momento presente a fim de se sentir acelerando a realização de sua vida projetada. Ou seja, o que antes poderia ser considerado um desejo envolto de culpa, uma transgressão na sua rotina – trocar a produtividade moral dos estudos pela ociosidade hedônica de assistir Netflix – hoje se transformou em uma necessidade para tornar a vida, no momento presente, mais equilibrada e agradável. A contemplação da própria morte parece ter causado uma inversão na moralidade do seu consumo diário.

Além disso, a entrevistada diz que a discussão da própria mortalidade já a motivou a se engajar em formas, para ela, inusitadas de consumo. Francisca se recorda de dois momentos em que usou o pensamento sobre a falta de controle ou imprevisibilidade da própria morte como justificativa para consumir o que ela normalmente não se permitiria, pois são coisas “idiotas” ou “estúpidas” para gastar dinheiro.

“Fiz isso tantas vezes... Por exemplo, ganhei um presente e era um presente da Vivara que era um anel e eu não uso anel. O crédito era 300 reais. Vi um

relógio que era 800 reais. Mas eu nunca compraria um relógio de 800 reais. Só que fiquei olhando várias coisas e a única coisa que eu gostei foi o relógio. Falei quer saber? Vou comprar esse relógio, gostei dele, estou aqui, nunca compro nada mesmo e vou comprar esse relógio. Então comprei, amo ele e todo mundo fala que é lindo. É uma coisa idiota, mas eu acho que são essas coisas assim. Um dia também sentei naquelas cadeiras de massagem que você bota uma nota de 20 reais e ela faz massagem em você. Sempre achei isso estúpido mas queria saber como era. Então fui lá e botei a nota de 20 reais, fiquei na cadeira e é muito bom. Então são várias coisinhas pequenas que você vai fazendo. Parece meio fútil, mas eu acho que isso tem a ver muito mais com as experiências de você ter curiosidades que pode satisfazer”.

FRANCISCA

É possível observar, novamente, uma tensão entre a sedução e a moralidade de um consumo, o qual ela classifica como estúpido ou fútil. Entretanto, de acordo com a entrevistada esses consumos, à primeira vista supérfluos, simbolizam muito mais do que aparentam. São consumos de experiências, pequenas curiosidades que gostaríamos de nos permitir, pelo menos uma vez na vida, mas que nem sempre conseguimos justificar esse consumo dentro de nosso código moral ou planejamento financeiro. Ao pensar na morte e na falta de controle sobre o seu momento de morrer, Francisca reflete sobre o valor do dinheiro e do acúmulo do mesmo, pois se o futuro é incerto, é preciso aproveitar o processo de viver e não apenas se sacrificar para chegar ao seu objetivo final.

Assim, foi observado nessa e em outras entrevistas que a morte é usada para libertar o consumidor da sua própria moralidade de consumo, alterando ou até mesmo invertendo-a, seja no curto ou longo prazo. O “potencial libertador” da morte, como Francisca coloca, expõe a morte enquanto facilitadora ou validadora de consumos antes sem justificativa ou permissão moral.

Segundo Belk et al. (2003), desejos de consumo que rompem com a ordem, monotonia, rotina, limites e regras, conferem vitalidade ao consumidor. Logo, a proximidade com a morte ou a mera fabulação da mesma, parece incentivar a busca por experiências fora do que é comum para aquele indivíduo. Outros entrevistados evidenciaram o potencial libertador da morte através de métodos projetivos. Ao se imaginarem com um prazo de vida limitado, os principais consumos evocados pela saliência da mortalidade dos participantes foram justamente aqueles que ultrapassam as barreiras dos consumos cotidianos.

“(...) ia fazer uma tatuagem que eu nunca fiz, eu nunca tive coragem de fazer porque eu não sou muito de sentir dor, mas já que eu vou morrer mesmo. Eu tatuaria qualquer coisa bem bizarra, a primeira coisa que eu achasse assim, eu ia abrir o livro assim... Porque eu ia morrer e não precisa ter sentido o que está tatuado no meu corpo”. LUIZA

Além de ter uma certa aversão à dor, Luiza também tem muitos receios de se arrepende do simbolismo da tatuagem após um certo tempo. Em face da morte, o importante passa a ser o simples o ato de viver essa experiência de consumo. A morte também parece habilitar uma ruptura com a censura social ou pessoal, como a ruptura do tradicional, da coibição de desejos ou das expectativas sobre os indivíduos, conforme mostram as falas de Rodrigo e Marcos.

“Difícil...eu não sei o que faria se tivesse apenas mais um dia. Provavelmente me entregaria a esbornia. Eu aproveitaria os últimos prazeres da carne. Faria loucuras que eu não faria se tivesse que viver no dia seguinte. Não sei exatamente. Não sei se sairia correndo pelado na rua, não sei. Mas faria coisas que eu não faria se eu tivesse o dia seguinte pra ver. Falaria e faria coisas, mas realmente não cairia no tradicional de dizer que ficaria com minha família, com minhas filhas. Eu não, eu faria alguma loucura”.
RODRIGO

“Eu iria querer atirar com arma, deve ser legal. Que é uma experiência que as pessoas se podam em fazer. Não só as pessoas, mas eu”. MARCOS

A Saliência da Ruptura Incontrolável parece salientar para os entrevistados a necessidade de voltar o olhar para o momento presente, a fim de explorá-lo, de forma não convencional, buscando viver novas experiências, consumos hedônicos, ou qualquer coisa que se tenha vontade, pois a Experiência Privada de Morte mostrou que o futuro não está garantido conforme diz o Discurso Público, logo, é preciso viver o agora plenamente.

4.2.2 Lucas e Saliência da Ruptura Evitável

Lucas tem 28 anos, é solteiro, sem filhos e mora com o pai no Rio de Janeiro, atualmente se formando em engenharia de produção e se preparando para ingressar em uma segunda graduação em física. A entrevista de Lucas revelou a passagem por vários gatilhos da mortalidade até que surgisse uma necessidade de mudança. Em 1998, seu pai subitamente enfartou e, apesar de ter sobrevivido, a possibilidade de um novo enfarte ou mesmo do óbito de seu pai se tornaram temas marcantes em sua vida. Além disso, Lucas descobriu que sua família

tinha uma predisposição a problemas cardíacos, tendo em vista que o seu avô paterno havia enfartado e falecido anos antes. Com isso, vir a desenvolver problemas cardíacos passou a ser uma preocupação do próprio entrevistado e, com o passar dos anos, alguns de seus hábitos, como comer Mc Donalds, passaram a fazer com que o mesmo se sentisse culpado. Para Lucas, esse tipo de consumo se transformou em um gatilho da mortalidade.

Atualmente, o entrevistado está iniciando novos hobbies e passando por uma considerável transição de carreira (engenharia de produção para física). Segundo ele, isso tem tornado os pensamentos sobre sua própria mortalidade mais frequentes.

“Engraçado, hoje em dia a minha preocupação com a morte subiu um pouco porque eu comecei a voltar a tocar guitarra, a tocar piano, estou amando tocar piano pra caramba, quero fazer física, então fico muito com o sentimento de "não posso morrer nos próximos 5 anos", tipo quero ter uma vida longa pra poder me desenvolver no piano, na guitarra, poder ser um grande físico, tenho uma vontade muito grande de conseguir viver até os 90 (...) vai ser um tempo suficiente para eu ser muito bom nessas coisas que eu gosto. Mas se eu morrer com 50 anos de idade eu vou estar morrendo provavelmente quando eu estiver chegando ao meu apogeu. Tipo assim eu não tenho medo de morrer, mas tenho medo de morrer cedo”. LUCAS

Nos últimos meses Lucas sente que encontrou ou reencontrou paixões na vida, como tocar instrumentos musicais, além da sua transição de carreira para uma área que, segundo ele, confere significado e sentido de realização para sua existência. Essas descobertas ou mudanças fizeram com que ele recuperasse sua vitalidade para investir sua energia, diariamente, no aprimoramento de suas habilidades nessas atividades. Com isso, a possibilidade de uma morte prematura, ou fora da sua expectativa subjetiva de longevidade, representa uma interrupção do desenvolvimento completo de seu potencial.

Interessante notar que o entrevistado parece ter percorrido um caminho inverso ao de Francisca. Enquanto uma situação de morte salientou a mortalidade de Francisca, fazendo com ela reorganizasse suas prioridades na vida, no caso de Lucas, este, ao reorganizar suas prioridades e objetivos na vida, ficou com sua mortalidade saliente. O caso de Lucas parece apresentar uma espécie de gatilho reverso da mortalidade, pois dessa vez foi a própria vida que salientou a morte. Ao encontrar um maior sentido ou significado para sua existência, a vida de Lucas passou a ter mais peso, aumentando, conseqüentemente, o peso dado para a possibilidade

de uma morte prematura, a qual representa uma ameaça de interrupção da exploração de todo o seu potencial.

O presente caso ilustra o que intitulamos de Saliência da Ruptura Evitável. Recentemente, Lucas mudou sua rotina, parecendo estar cada vez mais perto de adentrar uma fase de vida desenvolvida. Além de ter encontrado uma maior convicção dos caminhos a percorrer para construir seu projeto de vida, Lucas já vive seu momento presente com maior prazer, após as mudanças em seu dia-a-dia. Devido a poucas experiências com mortes imprevisíveis, Lucas, ao vivenciar o enfarte do pai e assimilar sua predisposição familiar a problemas cardíacos, ouviu a voz do Discurso Público de Morte, a qual garante longevidade, caso o mesmo atue de forma responsável em relação à autopreservação da saúde. Logo, embora a morte prematura seja uma preocupação, Lucas se sente confiante de que, ao tomar as devidas precauções, ele conseguirá afastar essa ameaça de ruptura.

Assim, Lucas iniciou o hábito de fazer check-ups anuais para acompanhar a saúde, em conjunto com a adoção da prática da corrida, a fim de desenvolver a parte cardiovascular e a contrabalancear sua predisposição genética. Conforme dito anteriormente, vários entrevistados jovens parecem demonstrar uma angústia diferenciada ao pensar na possibilidade de uma interrupção precoce da vida. A exceção foi Julia. A jovem de 21 anos é protestante e ao falar sobre a hipótese de uma morte prematura a religião desempenhou um papel central. A ideia de destino ou de um controle externo, gerenciado por Deus, faz com que Julia não apresente esse sentimento de “vida pela metade”.

“Para alguns significaria ‘nossa, coitada daquela garota, ela era tão nova, foi cedo, poderia ter vivido mais’ para minha família seria uma grande perda, mas a minha família participa da minha cosmovisão e eles iam ficar em paz, não acho que eles iam questionar Deus sobre o porquê, mas para mim representaria que acabou, já fiz o que tinha que fazer. Se Deus escolheu que foi esse dia, para mim esse dia. Um dia vai acontecer de qualquer modo”.

JULIA

O entrevistado agnóstico Thiago de 23 anos, sempre que pensa sobre sua própria morte sente o peso dos sacrifícios feitos por um amanhã que pode não chegar, produzindo uma sensação de invalidação de seus esforços e investimentos no futuro. Em vista da confusão e da dificuldade de equilibrar seus desejos para o presente com suas necessidades para o futuro, Thiago conclui que pensar na morte é uma perda de tempo.

“(...) parece que as coisas são meio inúteis, por que eu estou ralando pra passar em estatística II se no final não vai dar em nada? (...) coisas que valem a pena serem alcançadas demoram um tempo, por exemplo, uma graduação você demora 4 anos, quer dizer, você se esforça, perde o maior tempão ali, consegue e agora? (...) Você morreu. Quer dizer, você fica indo por um caminho que no final não dá em nada. Tipo, às vezes algumas coisas por si só já valem a pena, mas coisas que você não tem certeza se você quer muito, podem perder o sentido. (...) Tenho que fazer algumas coisas antes, mas e se eu fizer algumas coisas antes tipo viajar o mundo, preciso ter dinheiro... Se eu viajar eu vou deixar de fazer outras coisas que talvez sejam mais importantes, a gente fica nessa confusão. Então tenho que escolher alguma coisa pra fazer entre isso aqui, quais coisas quero fazer antes de morrer, poxa, tem alguma coisa depois? Não, muito chato, vou ver TV.” THIAGO

Thiago diz que existem coisas na vida que por si só já valem a pena. Ao investigar que coisas seriam essas, o entrevistado diz: “Não sei, não conheço, mas dizem que tem, não sei. É uma boa questão. Não tenho a menor ideia”. Esta parece ser a principal diferença entre jovens e adultos. Enquanto os jovens parecem ainda estar explorando e descobrindo seus gostos, suas identidades, seus objetivos na vida e caminhos para atingi-los, os entrevistados adultos tendem a sentir que já realizaram suas grandes conquistas, logo, a vida a partir de agora é “lucro”. Em outras palavras, os jovens ainda lutam para lidar com a ansiedade das incertezas sobre o que querem, ou ansiedade de querer avançar rapidamente para o futuro, no qual eles finalmente conseguirão aproveitar o presente de forma mais tranquila, sem a necessidade de equilibrar as duas visões temporais. Os adultos, à grosso modo, já passaram por tudo isso, voltando-se agora para a manutenção do momento presente, de uma vida que tende a exibir um caminho consolidado e estável.

“Acho que não tem nada que eu falo “poxa, deveria ter feito e não fiz” não tenho muito isso. Acho que eu ia viver do jeito que eu vivo todo dia, e dar tempo de falar tchau para quem você mais gosta, acho que é isso. Não tem alguma coisa que eu me arrependa “vou fazer porque não fiz” não tenho”.
CRISTINA

“Hoje em dia mais não. Naquele momento eu achei que eu não estava preparada, que eu não tinha feito o que deveria ter feito. E meus filhos ainda eram pequenos. Hoje em dia eu vivo uma outra realidade. Meu filho de sete anos, meu marido é muito pai, muito preparado, muito presente. Meus sogros são pessoas muito presentes na vida da gente para ajudar e os meus filhos estão bem encaminhados então não. Hoje em dia meu sentimento é bem

diferente. Naquela época eu tinha um filho com onze e um com oito então já era uma dinâmica. Hoje eu tenho um com dezoito e outro com quinze então já mudou um pouquinho a dinâmica. Eles já estão bem certos do que querem, já estão bem encaminhados”. HELOISA

Para ressaltar o caráter dinâmico da percepção de vida projetada versus vida desenvolvida, se feita esta entrevista em outro momento, Heloisa poderia exibir uma percepção bastante negativa da morte, a qual ela atualmente não apresenta, pois sente que seus filhos já se encontram em um momento de mais independência ou encaminhamento. Ela, possivelmente, sente que já cumpriu com os estágios mais cruciais de seu papel de mãe.

Ademais, como já dito anteriormente durante a apresentação da Matriz Sociocultural da Saliência da Mortalidade (Figura I), a mudança de vida projetada para vida desenvolvida e a alteração na percepção da morte não está necessariamente correlacionada à questão da idade. Camila de 33 anos é um pouco mais velha que Lucas, porém consideravelmente mais nova que Cristina e Heloisa. Mesmo assim, Camila apresenta uma visão da morte que não parece lhe roubar o sentido da vida, pois a entrevistada conta que já se sente bastante realizada.

“Eu sou tão feliz que eu acho que se eu morresse, tudo bem. Eu já conquistei tanta coisa profissionalmente, emocionalmente, o André é um fofo, eu acho que eu casei com a pessoa certa, minha vida profissional é um labirinto, mas eu construí relações legais na minha vida profissional apesar de ter feito de tudo um pouco, então se eu morresse hoje, acho que eu ficaria bem”.
CAMILA

Apesar de contar certo nível de religiosidade, o qual influencia a visão positiva da Camila (ex. a morte é apenas uma passagem para o plano espiritual), a sensação de se sentir realizado na vida, ou ao menos sentir que está no caminho certo parece ser o fator decisivo que determina o nível de aceitação da morte. Evidentemente, quanto mais tempo se vive, maiores são as chances de termos chegado onde gostaríamos, atingindo um sentido de realização e maior tranquilidade para lidar com a mortalidade. Contudo, são os entrevistados que demonstraram mais segurança de estarem vivendo vidas significativas que revelam posturas mais positivas em relação à mortalidade.

Vida significativa

Por sentir que encontrou seus verdadeiros prazeres na vida, Lucas tem reduzido ao máximo o tempo dedicado a atividades que ele classifica como “consumo passivo”. Segundo ele, atividades passivas são aquelas que o fazem sentir como um observador, que não envolvem sua participação ativa em termos de desenvolvimento ou desafio das suas capacidades mentais e/ou físicas. Com isso, ele tem limitado seu tempo gasto com atividades como assistir filmes e seriados no Netflix. Além disso, Lucas também conta que vendeu seu videogame, consumo do qual Lucas costumava ser *heavy-user*, mas que agora se mostra uma atividade repetitiva e não desafiadora o suficiente. Segundo ele, enquanto a velhice não chega e se tem plenas capacidades físicas e mentais, Lucas considera um desperdício gastar tempo com esse tipo de entretenimento.

“(…) vai ter um momento da minha vida provavelmente que meu cérebro não vai aguentar, não vou conseguir aprender mais nada e vou começar a esquecer das coisas e a minha lógica vai começar a falhar e eu vou começar a cometer mais erros do que acertos. Isso é o declínio. Chega um momento que a vida não vai valer a pena ser vivida. Tipo minha vida vai virar ver televisão, ler livro, por isso eu falo, não tenho tempo para ficar vendo Netflix, não quero ficar vendo Netflix, não quero ficar vendo filme, quero aprender algo novo, quero aprender uma partitura nova, quero aprender algo novo na física, sinto essa vontade de estar adicionando coisas e não tipo estar passivo vendo uma história”. LUCAS

Para ele, tocar instrumentos musicais, correr e estudar são atividades que lhe fornecem um sentimento de realização, de evolução ou de “*accomplishment*”, palavra usada por ele. Lucas sente que ele tem muito potencial para alcançar seus objetivos futuros, logo uma vida bem vivida significa investir em si mesmo e desenvolver o intelectual e habilidades em geral.

Então um mesmo consumo pode desempenhar papéis distintos, tendo em vista as histórias de vida, as experiências, as personalidades, as crenças e os contextos sociais dos entrevistados. Enquanto o consumo do Netflix apareceu para Francisca como uma “pequena alegria” para conferir mais prazer a sua rotina e uma maior sensação de satisfação em aproveitar a vida, no caso de Daniel o Netflix foi quase que banido, por ser visto como algo que na verdade “desperdiça” a vida. Ainda sobre o Netflix, existe um terceiro caso que revela um papel anestesiador do entretenimento. Thiago conta que sempre que se vê com os indesejáveis e

inúteis pensamentos sobre a morte ele se usa do Netflix para se distrair.

Para a jovem Erica, a morte é como um fantasma semelhante aos encontrados em filmes de terror. Algo que nos persegue lentamente e por mais que tentemos correr, eventualmente ela nos alcançará. Erica conta que o tempo na era da modernidade se passa de forma muito mais acelerada que antigamente e isso a faz lembrar da morte.

“Todo mundo anda muito rápido, e o seu tempo de produção e de corresponder as suas, aos seus objetivos internos é muito mais lento. Então você tem que correr contra o tempo (...) se eu morrer amanhã será que eu fiz tudo que eu podia ter feito, sabe? Então eu acho que o que mais me lembra a morte no dia a dia, no cotidiano é o tempo mesmo. O quanto que eu pude produzir, sabe, é o suficiente para que eu possa morrer, sabe, a minha missão completa”. ERICA

A entrevistada atualmente possui um canal no Youtube para discutir questões políticas e filosóficas, além de provocar discussões em sua página do facebook e produzir textos os quais um dia ela pretende transformar em um livro. Erica sente como se estivesse correndo contra o tempo para produzir o máximo que puder e alcançar seus objetivos pessoais. Apesar de ser ateia, Erica encara seus projetos de produção intelectual como a atividade que confere significado para sua existência, sua missão de vida. Para o umbandista Felipe, sua missão da vida foi revelada por entidades espirituais.

Atualmente o entrevistado trabalha na produção de um canal no Youtube que se propõe a divulgar e desmistificar a Umbanda, religião afro-brasileira que historicamente enfrentou problemas de aceitação/preconceito pela cultura da massa (Montes, 1997). Contudo, diferentemente de Erica, Felipe segue o padrão dos adultos no sentido de se sentir conformado, ou em paz com a ideia de morrer. Para ele, os dias que ainda lhe restam de vida são encarados como dias extras os quais lhe permitem a manutenção tranquila do presente, sem necessidade de se provar ou atingir mais conquistas.

Embora alguns participantes tenham nomeado uma missão específica de vida, ou algumas conquistas especiais que conferiram sentido para suas vidas, o significado de uma vida não apenas significativa, mas uma vida bem vivida, parece estar em viver uma multiplicidade de experiências. Porém, parece existir um patamar coletivo do que significa uma vida “bem vivida”. De acordo com Baudrillard (1993), uma das maneiras que a sociedade criou para tentar

eliminar a morte é por meio da produtividade e acumulação. Entretanto, a acumulação não se restringe apenas aos bens materiais. A busca pela acumulação de uma multiplicidade de experiências parece estar ligada a busca do prazer, da novidade, do desejo de desejar, para que se possa sentir vivo e frear um possível vazio existencial (Belk et al., 2003). No caso de Susana, em dado momento da juventude existiu uma ansiedade de vivenciar e acumular muitas experiências. Atualmente a situação é diferente. Durante a entrevista, a participante constatou que, devido a esse acúmulo, hoje ela se sente mais calma, não somente em relação a sua própria morte, mas como também em relação a aproveitar o seu momento presente com tranquilidade. Ou seja, Susana sente que conseguiu concretizar sua vida e, de certa forma, completar o seu projeto do self aos 35 anos de idade, tornando a percepção da morte como algo mais natural e menos ameaçador.

“(...) você acabou de despertar em mim a coisa mais linda que eu tenho para te falar, eu já posso morrer desde os 35 anos de idade. Eu estou no lucro há 13 anos pelo menos, isso eu falo sempre para os meus amigos, tudo que eu quis fazer na vida, tudo, até perder a virgindade, tudo que eu quis fazer na vida eu fiz (...) eu estou com 48 anos, se eu tivesse com 20 eu te daria outra resposta, porque eu era outra pessoa com 20, eu tinha muita sede de mundo, sede de viver, sede de explorar, e foi isso que eu fiz ao longo da vida, então essa sensação de ter feito hoje me dá muito mais calma (...) Eu acho que as últimas experiências que eu tive de vida, no acúmulo delas, agora eu estou podendo descansar mais e desfrutar mais da vida”. SUSANA

As experiências sequer precisam ser extraordinárias, porém estas parecem estar alinhadas com Becker (1975) no que diz respeito à necessidade dos indivíduos de se sentir relevantes na construção de sua própria narrativa, à exemplo de Lucas e de sua busca de passar de consumo passivo, no qual temos o papel de observador, para uma posição de consumo ativo, no qual somos os atores da história. Jorge é um entrevistado que comenta sobre a necessidade de buscar experiências ou percepção de que uma vida bem vivida é aquela repleta de experiências, como um conceito que veio do fora para dentro. Segundo ele, seus interesses ou prazeres pessoais costumavam ser dessa natureza passiva, criticada por Lucas, como ler livros de ficção ou histórias em quadrinho. Diversas vezes ele se sentiu pressionado a buscar viver mais experiências, resultando em um conflito interno: ao mesmo tempo que uma vida de experiências acumuladas abundantes lhe fascina, sua personalidade nunca lhe permitiu seguir por este caminho.

“Eu não acho que todas as pessoas conseguem realizar essa...não basta você simplesmente dizer que vai aproveitar a vida da melhor maneira possível. Tem personalidades que não são capazes disso e eu sou uma delas. Não sei, às vezes fico muito feliz porque passei a tarde lendo histórias em quadrinhos. Mas estou aproveitando minha vida fazendo isso? Posso dizer que sim porque estou tendo prazer fazendo uma das coisas que mais gosto então sim, estou usando minha vida pra fazer algo que me dá prazer. Mas posso dizer que não, que deveria estar tendo experiências. Essa é outra discussão que eu sempre tenho muito presente, o que é viver a vida. Tem um senso comum que viver a vida é ter experiências. Quem lê muito sempre ouve pra parar de ler e ir viver um pouco. Como se ler fosse uma experiência fora da vida. Ler faz parte da vida, é um momento diferente do que ir à praia. Às vezes fico pensando se não deveria estar procurando mais experiências”. JORGE

O entrevistado conta que não sabe ao certo porque ou quando isso começou, mas que ultimamente ele tem tentado mudar seu estilo de vida e buscar mais experiências. Ele criou a regra do “é sempre melhor ir”, a qual se apresenta sempre que ele está em dúvida ou mesmo com preguiça de ir a algum lugar para o qual foi convidado. De acordo com Jorge a morte é uma “verdade terrível” e por isso precisamos inventar razões para viver e não se deixar dominar pelo medo de morrer. Jorge diz que viver é não pensar na morte e que a busca do prazer é uma forma de afastá-la.

“Tudo, toda atividade humana tem o intuito de afastar a morte. (...) Tem gente que compra para se afastar da morte. Eu na verdade tenho essa piada... Sempre quando eu faço alguma coisa sem sentido, sem razão nenhuma, fico muito tempo no Facebook. Alguém fala: Você não sai do Facebook? Não, porque eu tenho medo da morte. Eu assisto Fluminense porque eu tenho medo da morte. Está horrível, perdeu sete partidas seguidas, vai cair para a segunda divisão e porque eu assisto. Porque eu tenho medo da morte. A alternativa é eu me entreter mais. Você dá um sentido para a sua vida que não tem nenhum sentido em torcer para um clube de futebol. E é ao mesmo tempo uma das coisas que mais dá sentido à vida porque tem uma ideia ali de você por vontade própria eleger algo para amar, para ser fiel, para apoiar e se isso não é viver então eu não sei o que é viver. Viver é isso inventar uma razão para fazer as coisas”. JORGE

Hoje, Jorge tenta se forçar a experimentar mais sair de casa e viver situações diferentes, pois lhe preocupa chegar à velhice tendo tido poucas experiências. Conforme ele diz, o mundo é feito para os jovens, no sentido de que existem muito mais atividades no mundo feitas para

os jovens do que para os idosos. Logo, é preciso aproveitar antes que seja tarde, ou é preciso tentar envelhecer bem para que, mesmo em uma idade avançada, se possa continuar sendo capaz de viver e acumular experiências. Segundo Jorge, “As pessoas que envelhecem e vão morar em Portugal tomando o vinhozinho delas são vencedores”.

A Saliência da Ruptura Evitável parece salientar para os indivíduos a necessidade de voltar o olhar para o momento futuro, a fim de antecipar possíveis ameaças de interrupção da expectativa de vida. Devido à crença nos preceitos do Discurso Público de Morte, indivíduos dentro dessa saliência tendem a reduzir sua preocupação de ruptura da vida ao prezar pelo investimento na saúde. Ao se aproximar de hábitos de preservação do corpo e se afastar de hábitos de degradação do corpo, estes indivíduos se sentem confiantes que de estão direcionando as probabilidades a seu favor, garantindo longevidade para desenvolver todo seu potencial de vida.

4.2.3 Luiza e a Saliência do Reforço da Identidade

Luiza tem 39 anos, casada, sem filhos, mora com o marido em São Paulo e é professora formada em direito e administração. Luiza conta que entre seus 20 e 30 anos, ela perdeu dois tios em um intervalo de 2 anos. Ambos faleceram de câncer, o que despertou na entrevistada uma preocupação com uma possível predisposição familiar à doença. Desde essa época, Luiza iniciou o hábito de realizar check-ups regulares os quais, com o passar do tempo, se tornaram anuais, pois segundo ela, essas “são neuroses que você fica quando vê que a morte está muito perto de você”.

Em 2013 ela e o marido foram fazer seu primeiro check-up juntos. Para sua surpresa os exames de Luiza revelaram dois nódulos benignos na tireoide. A entrevistada conta que o resultado do check-up foi especialmente chocante, pois se caracterizou como uma situação inesperada dentro do Discurso Público de Morte. Luiza explica que a expectativa era de que seu marido apresentasse resultados ruins e não ela, pois ao contrário de seu cônjuge, Luiza tinha hábitos alimentares mais saudáveis.

O médico então lhe deu duas opções: fazer uma cirurgia para tirar os nódulos e ser medicada com hormônios para o resto da vida, ou arriscar um tratamento incerto, porém temporário, de remédios em conjunto com uma dieta radical. Luiza disse que topou o desafio

da mudança radical, pois apesar do tratamento não oferecer garantias e lhe suspender seu estilo de vida, esta opção ainda se mostra vantajosa, porque para Luiza, a ideia de tomar remédios para o resto da vida era extremamente incômoda.

“Topei o desafio em controlar porque não quero tomar remédio para o resto da vida. (...) O que me incomodou foi eu ter de tomar um remédio para o resto da vida. Parece que você está se deteriorando”. LUIZA

Segundo Luiza, ser forçada a incorporar o consumo remédios, permanentemente, a sua identidade de consumo, era equivalente a incorporar a ideia de que a velhice chegou já aos 39 anos. Essa denúncia da deterioração precoce e repentina de seu corpo anunciava que a própria morte poderia estar mais próxima do que ela esperava ou gostaria.

Com a nova dieta, Luiza se aprofundou no que Baudrillard chama de cultura de consumo de morte. A entrevistada se tornou uma profunda conhecedora de diversos malefícios que alimentos processados e não orgânicos podem causar à saúde e, eventualmente, levar à morte. As mudanças ocorridas foram desde evitar certos cortes de carne, os quais possuem maior concentração de hormônio, até fazer pão, plantar os próprios temperos e aprender sobre variados ingredientes de rótulos de alimentos, ocasionando em um aumento do tempo gasto em compras de supermercado. Luiza mudou radicalmente, não apenas a rotina da casa e das compras, mas como também a si mesma, se transformando em uma consumidora especialista em saúde e morte.

Contudo, a parte mais complicada e sofrida da mudança para Luiza foi a questão da socialização. A participante conta que ao iniciar esse tratamento as restrições e mudanças no seu estilo de vida colocaram sua identidade em “stand-by”. Foram 3 meses de isolamento, de uma espécie de morte social, pois as atividades centrais a sua identidade, como sair para jantar com amigos ou reuniões gastronômicas ficaram fora de cogitação com a nova dieta.

“Eu acho que tenho menos medo de morrer, mas mais medo de ficar inválida. Essa sensação de envelhecimento que vai te deixando menos você a cada momento (...) eu estava empenhada mas acreditando que aquilo iria se resolver em 3 meses ou se necessário um pouco mais, mas que aquilo iria se resolver. Então eu estava empenhada por um período de tempo, mas se fosse pra sempre... então fiquei em stand-by. A Luiza ficou em stand-by por um tempo, não sendo a Luiza de sempre. Mas pra resolver um problema que tinha data certa pra acabar”. LUIZA

O presente caso ilustra o que intitulamos de Saliência do Reforço da Identidade. A história de Luiza mostra como a inesperada experiência da descoberta de uma doença pode desencadear transformações em uma vida de identidade já desenvolvida e razoavelmente estabilizada. Para combater a doença, a entrevistada precisou adquirir novas competências de consumo, se especializando na relação alimentação e morte. Contudo, como efeito colateral, a nova dieta-tratamento deixou a entrevistada em uma espécie de “coma” identitário, pois ficou temporariamente impedida de praticar atividades importantes do seu self. Este coma acabou por reforçar as partes da sua identidade que são indispensáveis para exercer a Luiza conforme ela conhece. Logo, em face da falta de controle sobre a morte, é importante permanecer fiel a sua identidade e estilo de vida.

Com isso, Luiza conta que com a nova dieta ela buscou reduzir seus consumos de risco ao que é indispensável para sua identidade. Todavia, ela menciona que se tivesse que abandonar, permanentemente, consumos essenciais a ela, como carne, vinho, dentre outros, ela repensaria a questão da cirurgia e remédios, pois sua identidade pessoal, vida social e experiências de consumo em geral giram em torno de experiências gastronômicas.

“Eu morreria fazendo o que é fundamental pra mim. É diferente de abrir mão de vodka e caldo Knorr que não fazem falta na minha vida. (...) Já vinho é um prazer pelo sabor da bebida, é um prazer porque gosto de cozinhar, comer, então vinho não abriria mão. Se eu tivesse um problema que se continuasse bebendo vinho iria morrer, provavelmente eu continuaria”.

LUIZA

A entrevistada conta que existe um consumo do qual ela se recusou a abrir mão, pois isso comprometeria completamente a “Luiza” como ela se conhece ou como ela gosta de ser. Indo contra as recomendações médicas, Luiza se recusou a interromper o uso da pílula anticoncepcional, pois há muito tempo a entrevistada decidiu que não deseja ser mãe em hipótese alguma. Mesmo entendendo os riscos da interação do anticoncepcional com seu problema hormonal da tireoide, Luiza está decidida a não interromper o uso. Este é um consumo de risco, mas que é vital a sua identidade pessoal.

Para exercer sua identidade, o jovem Caio candomblecista tem como atividade central a prática de exercícios e intensa musculação. Ele conta que durante sua adolescência violenta, ele iniciou o uso de anabolizantes, pois, mesmo ciente dos riscos envolvidos, Caio queria ter

mais visibilidade da aparência física muscular, também para intimidar algumas pessoas que lhe batiam. Durante a infância e adolescência, Caio presenciou uma série de mortes prematuras, inclusive homicídios. A EPM deste entrevistado, desde cedo, se mostrou bastante distante da realidade apresentada pelo Discurso Público. Além disso, aos 14 anos, uma cartomante confirmou a impressão que Caio sempre teve a respeito de si mesmo, de que ele morreria ainda jovem. Com isso, por mais que o entrevistado relate que o consumo de anabolizantes tenha desencadeado uma série de danos a sua saúde, suas crenças pessoais e descrenças no Discurso Público, possivelmente contribuíram para que ele, após uma melhora na saúde, voltasse a mergulhar no universo de halterofilismo e usar esteroides. A atividade de musculação e a aparência muscular, apesar de terem nascido da necessidade de intimidação em situações de adversidades, se tornaram uma grande parte do seu núcleo identitário.

Heloisa organiza seu discurso em defesa de seus consumos de risco baseado na intensa dissonância entre o DPM e sua Experiência Concreta de Morte. Desde muito jovem, Heloisa presenciou diversos tipos de morte prematuras, o que contribuiu para que ela formasse uma percepção mais forte acerca da imprevisibilidade da morte. Dentre os entrevistados, Heloisa é a que menos se preocupa com as consequências de seus consumos. Para ela, a morte acontece para quem se cuida e para quem não se cuida, logo, ela não se poupa de consumir nenhum de seus prazeres, pois é desta forma que ela aproveita vida e exerce sua identidade.

“Como eu te falei eu sou mega sedentária. Para eu fazer exercício tem que me matar. Me mate. Me chame para beber, me chame para comer (...) Eu posso estar errada, mas por essa curiosidade eu não tenho medo de morrer. Eu fumo e bebo como uma louca, se eu tivesse medo de morrer eu estava me cuidando. (...) São trinta anos de cigarro quase. Há trinta anos que eu sinto prazer então eu vou me arrepender? Poderia ter morrido de trocentas outras coisas e nunca ter desenvolvido câncer. Não me arrependeria não. Não gostaria de ter o câncer, mas não me arrependo não”. HELOISA

Portanto, quando consumos nocivos são fontes essenciais de prazer, pilares da identidade pessoal ou centrais ao estilo de vida do consumidor, a ciência de que estes podem causar danos à saúde, ou mesmo aproximar da morte, nem sempre é razão suficiente para que os mesmos sejam eliminados ou renegociados. Presume-se que em situações como estas, nas quais os consumos nocivos adquirem um status de “essenciais” à vida do consumidor, o risco corrido é compensado, pois podem existir mortes piores do que a morte biológica, como o caso da morte do self.

Para Luiza, envelhecer significa perder, lentamente, a sua própria identidade, uma espécie de morte da identidade conforme nós a enxergamos ou reconhecemos. A entrevistada, assim como outros, forneceu exemplos de como o envelhecimento causa a morte da identidade. Seu avô, que adorava dançar, ao ter acidente vascular cerebral (AVC) perdeu essa capacidade ou, segundo ela, deixou de ser ele mesmo, perdeu sua identidade. A entrevistada Heloisa deu o exemplo de sua avó, que teve Alzheimer. Segundo ela essa doença causa dois tipos de morte: a morte da pessoa/identidade e a morte física, ou definitiva, como ela diz. Cristina relata que a morte de sua avó foi menos sofrida que outras mortes na família, pois a mesma apresentava uma grave demência e já não reconhecia mais os familiares. Em casos como esse, principalmente quando agravados pela presença de dor, a morte adquire um caráter bastante positivo e inclusive desejável, pois representa um alívio para o idoso e para os familiares que sofrem ao observar a decadência física e mental. Ou seja, a perda da identidade é algo que facilita a aceitação e naturaliza a chegada da morte.

A ideia do envelhecer traz consigo temores piores do que a morte em si, pois existe uma percepção geral de que a decadência do corpo impõe mudanças nas atividades do cotidiano, as quais afetam, em maior ou menor grau, a forma como a identidade pessoal é exercida. Importante ressaltar que o que caracterizará algo como mudança drástica é bastante subjetivo, pois para que ocorra uma morte da identidade, é preciso que a mudança afete as áreas centrais da formação da mesma. As mudanças que afetam área menos centrais da identidade não atingem a conotação de morte, mas sim de concessões ou negociações de identidade.

Erica e Luiza falam sobre hipótese de não poderem mais andar. Entretanto, enquanto para Erica essa ideia é bastante assustadora, pois a entrevistada tem como central a sua identidade a prática do ballet, para Luiza a questão tem menos peso, pois o funcionamento de suas pernas é menos relevante para exercer sua identidade.

“Outra coisa que me deixa um pouco com medo, para dar um exemplo semelhante, eu gosto muito de dançar, dancei ballet durante 10 anos e me passava pela minha cabeça imagina eu perder minhas pernas ou fico paraplégica, é a mesma coisa de Beethoven ter ficado meio surdo, ou um pintor não conseguir mais enxergar”. ERICA

“As doenças mentais são as que mais me assustam. Tudo bem, você ficou paralisado, mas hoje você tem recurso que você consegue viver ainda numa cadeira de rodas, numa prótese. Agora se você pára de entender o que está acontecendo, você pára de entender o mundo, você não sabe mais quem são as pessoas que você gosta, você não sabe mais porque tem as coisas que você tem, você perde sua identidade. Eu acho que isso não é viver”. LUIZA

Para Luiza as doenças que limitam as faculdades cognitivas são as que mais a assustam ao pensar na velhice. A própria Erica também conta que apesar da importância do ballet na sua vida, a perda capacidade cognitiva representaria uma perda do seu self que vai além de qualquer possível negociação de identidade.

“(...) acho que essa coisa de perder minha identidade cognitiva e por causa de pelo meu direcionamento intelectual, se eu não tenho mais uma capacidade de raciocínio bom, eu não sou mais nada, eu não sou mais a Erica que eu conheço, porque a minha personalidade depende disso, de quem eu sou.” ERICA

Diante da falta de coerência entre a alimentação saudável de Luiza e seus resultados de exames médicos, o Discurso Público de Morte e suas prescrições caíram em descrença, no sentido de que estas não podem garantir salvar Luiza da morte. Logo, a Saliência do Reforço da Identidade parece salientar que embora tentemos mitigar as probabilidades, existem aspectos da mortalidade que são incontroláveis. Ao não haver garantias de afastamento da morte prematura a negociação de certas partes do self ficam fora de questão. Assim, viver a vida permanecendo fiel à própria identidade parece passar a ser o que mais importa, pois mesmo sob ameaça de interrupção precoce, é importante vivê-la de maneira significativa.

4.2.4 Vanessa e a Saliência da Negociação da Identidade

Vanessa tem 44 anos, divorciada, mora com sua única filha de 7 anos no Rio de Janeiro, trabalha com organização de espaços e como médium no centro espírita que frequenta. Aos 12 anos Vanessa começou a experimentar com o tabagismo e aos 15 anos ela consolidou sua identidade de fumante. Sua família sempre foi espírita e apesar de se sentir atraída por essa religião, Vanessa conta que por causa do cigarro, ela demorou muito tempo para abraçar essa crença em sua vida. Segundo ela, o espiritismo é uma religião que cria um senso de responsabilidade para com a própria saúde que é bastante diferenciado dentre outras religiões. Ela conta que uma das primeiras coisas que aprendeu foi que na visão espírita, o fumante, assim

como outros consumidores com hábitos autodestrutivos, – dos mais graves aos mais sutis, como se alimentar mal – adquire um status de suicida em potencial.

“Quando me disseram isso, nem disseram pra mim diretamente, mas no estudo, quando ouvi... caramba! Se fumo sou suicida e o suicídio é a pior coisa que uma pessoa pode fazer contra ela mesma. A pior coisa que você pode fazer na vida é se matar. É pior que matar outro. (...) Isso era uma coisa que ficava atrás de mim. Eu estava fazendo essa coisa errada, que não era bom pra mim. Sou jovem e estou a fim. Mas isso foi uma coisa que foi plantada, ficou ali atrás. Está no cabide mas um dia você resolve, fica ligado”. VANESSA

Apesar de ter ficado consideravelmente abalada, esta mensagem foi uma que veio “de fora pra dentro”, não sendo o suficiente para que ela tomasse a decisão de parar de fumar. Vanessa precisou passar por outras situações, outros gatilhos, para que estes, em conjunto, conseguissem somar uma motivação forte o suficiente para ela eliminasse este consumo de sua vida.

Anos depois, o pai de Vanessa veio a desenvolver uma doença pulmonar, a qual o fazia ser frequentemente internado no hospital. Vanessa conta que enquanto acompanhava a saúde decadente do pai, ela sentia já os primeiros sinais de um desgaste físico que ela começou a atribuir ao cigarro. Com o falecimento do pai, a entrevistada concluiu que, apesar do cigarro faz mal a todos, algumas pessoas sofrem mais com os efeitos negativos. Mesmo sem um fundamento concreto, Vanessa tomou o caso de seu pai para enraizar uma crença de que ela tinha predisposição a problemas pulmonares e, em breve, precisaria tomar uma atitude em relação ao seu vício. Em paralelo a esse processo reflexivo, o mercado anunciava um novo remédio chamado Ziban, caracterizado pela entrevistada como um remédio “high-tech” para parar de fumar. Vanessa tomou a iniciativa de ir ao médico conseguir uma prescrição para comprar o remédio, porém ainda sim demoraram alguns meses com os remédios guardados em casa até que ela iniciasse o tratamento.

“Eu acho que sempre foi vício, mas antes era um vício que de alguma forma eu não colhia nada de ruim dele. Eu tinha dinheiro pra comprar cigarro, não sentia nenhum efeito colateral, o cheiro não me incomodava e ia seguindo. Eu comecei a ficar um pouco mais velha talvez porque tivesse mais fragilidade, eu comecei a sentir...o cheiro começou a me incomodar. Eu começava a prender o cabelo. A coisa do cheiro...na verdade a moda ou a

não repressão ao cigarro nunca me estimulou diretamente a fumar, mas quando começou a vir uma propaganda de que fumar não era legal, quando você começou a ser desencorajada a fumar, quando você não podia mais fumar em restaurante, quando não podia mais fumar em qualquer lugar, daquilo começou a me desencorajar. E comecei a sentir efeitos do cigarro. Comecei a subir escada e me sentir meio cansada, aquilo começou a ter impacto na minha vida”. VANESSA

O presente caso ilustra o que intitulamos de Saliência da Negociação da Identidade. Até que Vanessa tomasse uma atitude concreta de abandonar o cigarro foi necessário acumular uma sucessão de gatilhos da mortalidade, os quais gradualmente transformaram o cigarro em uma parte indesejada da sua identidade. Enquanto as políticas antitabagistas do governo e a crença religiosa de suicídio se mostraram como motivações extras, o pico da saliência da mortalidade que a fez tomar decisões concretas foi decorrente das experiências de morte mais próximas, como a morte de seu pai, o surgimento de crenças em predisposições genéticas e os sintomas físicos da decadência corporal. A forte crença pública da ligação entre doenças pulmonares e o tabagismo, evocaram a sabedoria do Discurso Público de Morte, levando Vanessa a renegociar esse hábito de consumo em troca da garantia de afastar a morte prematura e obter um envelhecimento mais saudável.

Embora os jovens também apresentem preocupações com o envelhecimento, a grande diferença entre este grupo e o grupo dos adultos é que os jovens têm uma experiência projetada e assintomática do envelhecimento. Isto é, enquanto os adultos sentem os sinais do envelhecimento no próprio corpo, vivenciando a decadência diariamente no plano concreto, os jovens apresentam preocupações puramente racionais, sentindo inclusive dificuldade de tomar atitudes concretas para preservar a saúde devido à ausência de danos ou mudanças visíveis no corpo.

O atual desafio de Vanessa também é a Coca-Cola, pois embora este seja um consumo bastante associado ao prazer, devido a sua visão religiosa, o mesmo também vem acompanhado de sentimentos negativos como autodestruição, culpa e descontrole, semelhante ao caso do cigarro. Segundo Belk et al., (2003) alguns consumos causam tensões morais como prazer versus saúde, diversão versus culpa, autocontrole versus pecado, liberdade versus escravidão. De acordo com Alessandra, o problema do vício ou dependência não é necessariamente uma questão de aceleração da morte, mas justamente a perda do controle sobre a própria vida, pois

ao contrair um vício a vida passa a girar em torno desse consumo.

Jorge argumenta que a diferença entre um vício e um consumo que faz parte da identidade está na intenção. Para ele, algumas pessoas consomem coisas nocivas, pois apresentam um desejo de morte, de autodestruição, ou de escape da realidade. No entanto, quando a intenção do consumo tem a ver com o estilo de vida ou com a identidade pessoal, o aspecto destrutivo fica mascarado, se tornando difícil julgar se o consumo deve ser interrompido ou não.

A jovem Erica, apesar de se preocupar com a saúde e com o envelhecer com qualidade de vida, traça a linha do que é nocivo ou não-nocivo pela perspectiva da frequência de consumo, ou seja, o consumo de algo nocivo regularmente é o que se torna preocupante, o esporádico não. Desde os 13 anos Erica decidiu parar de tomar refrigerante por questões de saúde. Atualmente, ela confessa tomar refrigerante em algumas raras ocasiões, assim como o consumo de algumas drogas sintéticas. Para esta entrevistada, esses tipos de consumo são consumos que devem ser eventuais, uma extravagância para realçar algumas experiências. Contudo, ela alerta que é preciso ter disciplina para que estes não virem vícios, pois é importante aprender a equilibrar a necessidade de preservação do corpo com a necessidade de aproveitar os prazeres da vida.

Outros participantes tentaram racionalizar os danos de seus vícios, a fim de justificá-los ou justificar a postergação do seu rompimento, como é o caso de Alessandra. Alessandra é viciada em Coca-Cola e consome litros por dia. Apesar de dizer que está ciente do prejuízo que este consumo pode vir a lhe causar, Alessandra compara seu vício com outros vícios, segundo ela mais graves, para justificar certa despreocupação. De acordo com a entrevistada, se Coca-Cola fosse tratada como o cigarro é tratado, com propagandas no verso da embalagem exibindo imagens “horríveis”, possivelmente ela repensaria seu hábito ou se sentiria mais estimulada a parar.

“(...) eu tomo Coca-Cola loucamente, litros e litros por dia. Eu sei que isso vai me ajudar a ter problemas nos rins, isso vai me ajudar a de repente criar um câncer aí, mas eu não deixo de fazer isso porque eu sou meio viciada em Coca-Cola (...) não tem nenhum caso comprovadamente que a pessoa está assim por causa da Coca-Cola. Eu sei que Coca-Cola faz mal, eu não sou idiota, mas como não tem casos do tipo cigarro, que é comprovadamente por

causa do cigarro, eu meio que vou levando e dane-se, vou tomando Coca-Cola e é isso”. ALESSANDRA

Este caso evidencia a importância do Discurso Público de Morte na construção de uma mitologia (Thompson, 2004) sobre o que é um consumo saudável ou nocivo à saúde. Essas mitologias carregam consigo o poder de estimular ou desestimular muitas pessoas a adotarem ou abandonarem certos hábitos de consumo. A crença espírita de Vanessa atua, de certa forma, na construção desse tipo de mitologia, indo inclusive vai além de apenas pregar pela descontinuidade dos hábitos destrutivos. Devido à forte influência da ciência nessa religião, os hábitos preventivos também recebem destaque.

“Hoje o que me vem é a coisa da saúde, da doença, da qualidade de vida. Então com toda certeza esses pequenos suicídios que a gente faz com a gente hoje em dia não me vem sob a forma de suicídio punitivo. Isso que é legal que fica do espiritismo que é a ciência. Você faz você colhe. Não vai fazer exercício? Tem uma família cheia de problema de osso, não se cuida, não toma vitamina D vai ficar com problema”. VANESSA

Felipe é umbandista e fumante e, apesar das semelhanças religiosas entre a umbanda e o espiritismo, o entrevistado conta que sente dificuldade em parar de fumar, pois segundo ele o cigarro “é um grande companheiro do fumante”. Ele acredita que este é um obstáculo que ele precisa superar a fim de evoluir espiritualmente, pedindo perdão a Deus por ainda não ter conseguido romper com seu vício. Contudo, ao contrário de Vanessa, a Experiência Privada de Morte de Felipe é dissonante das premissas públicas. Ao mesmo tempo que Felipe demonstra uma certa culpa pelo tabagismo, o mesmo cita o caso de sua mãe que faleceu aos 73 anos e, apesar de ter fumado a vida toda, não faleceu por câncer. O entrevistado conclui que todos nós estamos predestinados a cumprir uma missão na terra e viver um tempo determinado por Deus. Embora o mesmo faça ressalvas a alguns consumos que na sua visão são mais extremos (ex. consumo de crack), ele acredita romper com o cigarro não necessariamente prolongaria sua vida, pois seu destino já está, de certa forma, traçado. A religião é claramente um fator que influencia os consumidores, porém de formas distintas. Enquanto Felipe se divide entre o sentimento de culpa e consolo de um controle externo a ele caracterizado pelo destino, a jovem protestante Julia diz não consumir nada que possa degradar sua saúde (ex. drogas e alimentos não-saudáveis), pois seu corpo material foi dádiva do divino, logo degradar seu corpo com esses consumos seria um grave desagrado a Deus.

Dentre todos os participantes, Jorge é um entrevistado que parece estar no limite de passar por uma grande mudança de identidade. Decorrente do processo de natural envelhecimento, a comum e gradual deterioração da visão tem lhe restringido ou, por vezes, impossibilitado que Jorge continue lendo tanto quanto antes, ou extraindo o mesmo prazer dessa atividade central a sua identidade.

“Tenho dificuldade em responder a essa pergunta porque como você deve ter imaginado não sou exatamente um grande sujeito satisfeito com a vida e as coisas mudaram. Uma coisa que me dava extremo prazer e sentido de completude era ler e isso é menor agora. Tenho menos tempo, tenho menos resistência, leio mais devagar agora do que já li a vida toda. Mas continua sendo uma atividade que me dá prazer. (...) mas não sei o que me dá prazer (...) Uma coisa que você realmente não pensa a respeito e você deixa... Tem a ver com ficar velho, mas você muda de interesses. Coisas que você sempre amou podem deixar de ser importante. Isso é difícil de entender e de se acostumar”. JORGE

Apesar disso, o mesmo reconhece que a questão da morte da identidade também passa pela sua capacidade de resiliência. Segundo ele, quando se é jovem a maior dificuldade está em descobrir a própria identidade e que conforme se envelhece, a dificuldade passa a ser em aceitar sua própria decadência, aceitar as mudanças no próprio corpo que, por vezes, o obrigam a repensar seus interesses e hábitos. A sabedoria reside em não lutar contra o envelhecimento, e sim tenta chegar a um acordo entre a mente, que envelhece mais lentamente, e o corpo. Isto é o que Susana tenta fazer. A entrevistada relata que devido ao avanço da idade, ela já não consegue beber bebidas alcoólicas como antes, pois seu corpo não tem reagido bem à bebida. Por conta disso, a entrevistada conta que criou rituais (ex. jantar antes, tomar o medicamento Engov) com o intuito de preparar seu corpo para este consumo, de modo que ela não precise parar de beber, mas também minimize a sensação de prejuízo corporal.

A Saliência da Negociação da Identidade mostra que, apesar de se ter uma identidade da qual se seja apegado, às vezes, vale apenas negociar algumas partes de si, a fim de moderar os efeitos do envelhecimento e/ou afastar mortes prematuras. Ao viver uma experiência em conformidade com os preceitos do Discurso Público de Morte, a negociação da identidade ganha um apelo mais forte, pois parece se configurar como uma troca mais garantida e justa, facilitando a renúncia ou ajustes na identidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Iniciamos o presente artigo apontando duas grandes limitações encontradas em estudos anteriores. A primeira delas refere-se à predominância de investigações em contextos de consumo diretamente relacionado à morte e participantes em luto ou iminência de morte. Esses vieses de estudo acabaram por limitar as perspectivas e conceptualizações acerca da morte e mortalidade, assim com seus impactos na vida dos consumidores. Embora a TMT tenha resgatado a relação morte-consumo, publicando artigos atuais, essa corrente teórica ilustra a segunda limitação quando acolhe limitadamente discussões socioculturais, devido a limitações, sobretudo, metodológicas. Tendo em vista as lacunas mencionadas, o presente artigo buscou colaborar para esclarecer a formação da percepção da morte, a partir da problematização de dinâmicas socioculturais, assim como realizar um primeiro levantamento qualitativo-exploratório de diferentes naturezas da saliência da mortalidade.

Além disso, contribuímos ao mostrar que a mortalidade ou os pensamentos sobre a finitude estão mais presentes no cotidiano do que se possa imaginar, e não apenas relacionais à vivência do envelhecimento, doenças terminais e/ou outras experiências intensas com a morte. Apresentamos 4 casos que objetivaram explorar a diversidade de saliências e encontros com a morte, indo desde contatos puramente abstratos, como o caso de Francisca, passando pelo caso contraintuitivo de Lucas, no qual a vida salientou a morte, até o caso de Luiza, a qual teve sua identidade inesperada e permanentemente alterada, encerrando com negociação de Vanessa entre sua identidade e longevidade.

Teorizamos que a saliência da mortalidade e os indivíduos se comportam de maneiras distintas de acordo com o estágio do projeto de vida do sujeito, o qual pode conferir maior ou menor grau de aceitação da morte, e de acordo com a qualidade previsível ou imprevisível da Experiência Privada de Morte vivida, a qual tende a evocar ou invalidar o Discurso Público de Morte. Devido a nossa abordagem sociocultural e qualitativa, oferecemos contribuições e interpretações diferenciadas para estudos da TMT a partir do ponto de vista nativo dos entrevistados.

Por exemplo, de acordo com Maheswaran & Agrawal (2004), quando a mortalidade está saliente podemos atuar por uma motivação de defesa, mantendo a coerência com nossos

comportamentos anteriores, ou de impressionar, agindo de acordo com valores sociais em busca de validação. No entanto, ao refletir sobre sua mortalidade, a entrevistada Francisca rompeu com a coerência de seu comportamento e se atreveu a consumir consumos classificados socialmente como “idiotas” ou “fúteis”. Ou seja, sua motivação não pareceu buscar coerência ou validação social, mas sim uma inversão de valores de forma a se permitir novas experiências e uma maior liberdade de consumo.

Ademais, o caso de Francisca também contribuiu para o estudo de Mandel & Heine (1999). Segundo os autores, os indivíduos sob o efeito da saliência da mortalidade demonstraram mais interesse em comprar produtos de luxo do que produtos ordinários. Para Mandel e Heine, diante da morte as pessoas se sentem mais atraídas por produtos que lhes conferem status ou prestígio social, como os produtos de luxo. No caso de Francisca, ao consumir um relógio luxuoso para seus padrões de consumo, a entrevistada se justificou pela lógica de “pelo menos uma vez na vida”. Isto é, Francisca não estava apenas buscando adquirir este bem material pelo prestígio social, mas sim a aquisição de uma nova experiência em sua vida. Observamos que a morte parece pedir por novas experiências, pois o acúmulo dessas tende a oferecer um sentimento de estar extraindo proveito da vida. Então, em face da morte, muitos consumos são realizados pelo valor abstrato da experiência de consumir.

Segundo Rindfleisch & Burroughs (2004), devido à sua orientação extrínseca, o materialismo não é capaz de fornecer conexões profundas com o âmago dos indivíduos, sendo, portanto, uma medida ineficaz para aplacar a ansiedade da mortalidade no longo prazo. Embora a religião tenha se mostrado uma variável com menos relevância do que o esperado na construção da saliência de morte, a mesma se mostrou bastante atuante em termos do redirecionamento do foco material para o espiritual. Dentre as religiões investigadas, a corrente espírita foi a que mais se articulou com um sistema de valores de afastamento de tendências materialistas. Para Vanessa, esse afastamento tem se tornado uma diretriz cada vez mais clara em sua vida, fazendo com que a mesma repense a forma de gastar seu dinheiro com os bens materiais, pois estamos aqui nesta vida “de passagem” e “a matéria não traz a felicidade”.

Nosso trabalho também contribui com implicações de ordem governamental, pois encontramos algumas tendências de comportamento que influenciam consumidores nas suas opções por consumir consumos nocivos ou saudáveis à saúde. De acordo com o estudo de Keeney (2008), mais de 40% de todas as mortes que ocorrem nos Estados Unidos são mortes

prematuras que podem ser atribuídas a decisões pessoais dos indivíduos (ex. hábitos alimentares e/ou tabagistas). Embora intimamente relacionados, a morte e o envelhecimento são dois fenômenos distintos e que evocam necessidades e orientações temporais diferentes. Enquanto, por um lado, o envelhecimento é um processo gradual que evoca o futuro e a necessidade de cuidados com o corpo, para que se envelheça com qualidade de vida, a morte, por outro lado, é um evento pontual que evoca o presente, pois esta anula a perspectiva futura, trazendo consigo a necessidade de aproveitar o momento, possivelmente com consumos hedônicos e potencialmente nocivos à saúde. Com isso, o governo pode criar mitologias de consumo (Thompson, 2004), possivelmente mais eficientes, buscando salientar o envelhecimento em vez da mortalidade, para influenciar consumidores a abandonarem ou reduzirem consumos de risco. No longo prazo, influenciar a população a tomar para si a responsabilidade pela própria saúde, pode reduzir o uso do sistema público de saúde, através da prevenção individual de doenças.

No estudo de Routledge et al. (2004) os participantes com a mortalidade saliente demonstraram menos interesse no consumo de protetor solar. Enquanto os autores fornecem explicações relacionadas à autoestima, os resultados do presente estudo apontam para outras possibilidades. Se a morte representa a ausência de futuro e envelhecimento, então as obrigações com a preservação da saúde (ex. evitar câncer de pele) podem perder seu sentido. A manutenção do corpo hoje se tornou um dever moral (Baudrillard, 1993), causando conflito com os desejos de consumo daquilo que hoje é marcado como consumo nocivo, que degradam o corpo e que, portanto, devem ser evitados ou eliminados. A possibilidade de um “mau” envelhecimento é antecipada com maior pavor pelos entrevistados do que a ideia da morte. Com isso, para incentivar a população a cuidar mais da própria saúde, salientar o envelhecimento pode ser mais eficaz do que salientar a morte. Pesquisas futuras podem contribuir em esclarecer essa hipótese.

No que tange a implicações mercadológicas, a figura do idoso foi sequestrada do domínio público (Elias, 1982; Mellor e Shilling, 1993) e inclusive do mundo do marketing. Segundo Jorge, “O mundo não é feito para os velhos, é feito para os jovens”, então o que mais lhe assusta sobre a velhice é a antecipação de encolhimento do mundo em suas possibilidades de consumo, que não estão preparadas para acolher os idosos e suas limitações. Enquanto Belk (1988) observa que durante a velhice o senso de self possivelmente se retrai devido à redução de habilidades e da rede de amigos, observamos que essas reduções de habilidades são percebidas como pequenas e graduais mortes de partes do self, o que na teoria do extended-self

e na prática do discurso dos entrevistados, assemelha-se a uma forma de luto. Embora Gentry et al. (1995) argumentem que o consumo pode ajudar os enlutados a se reinserirem no mundo, o segmento de idosos é pouquíssimo explorado pelo mercado. Pesquisas futuras podem contribuir com investigações desse segmento, estudando as situações de perda do self em idosos e seus desejos de consumo, provendo para o mercado valiosos insights sobre como acomodar esses desejos de forma a permitir que os idosos tenham alternativas de consumo para reconstruir ou adaptar seu self e seguir até a sua morte biológica, sem se sentirem encurralados por suas limitações físicas ou cognitivas.

Por fim, encontramos entrevistados excessivamente presos no paradigma da modernidade de orientação futura, incorrendo o risco de reduzir a vida a resultados, esquecendo-se de viver o processo. Em um país tão violento quanto o Brasil, lidamos diariamente com estatísticas de mortalidade que jogam contra o nosso desejo de viver uma vida longa e pacífica. Por esta perspectiva, a repressão da morte ou a distração dos pensamentos da mortalidade acabam assumindo um caráter quase indispensável a existência de muitos brasileiros, de forma a não se deixar paralisar pelo medo da morte prematura. Advogamos que a consciência da mortalidade pode provocar um equilíbrio benéfico entre presente e futuro, lembrando os consumidores de viver a jornada da vida, seja esta longa ou curta, de maneira que ela, por si só, já valha a pena.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ariès, P. (1976). *Western Attitudes toward Death: From the Middle Ages to the Present*. Marion Boyars Publishers Ltd. Retrieved from <https://books.google.com/books?id=3sZJN3wojesC&pgis=1>
- Arndt, J., Solomon, S., Kasser, T., & Sheldon, K. M. (2004). The Urge to Splurge: A Terror Management Account of Materialism and Consumer Behavior. *Journal of Consumer Psychology, 14*(3), 198–212. https://doi.org/10.1207/s15327663jcp1403_2
- Arnould, E. J., & Thompson, C. J. (2005). Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research. *Journal of Consumer Research, 31*(4), 868–882. <https://doi.org/10.1086/426626>
- Atkinson, R. (2002). The life story Interview. *Handbook of Interview Research: Context and Method*, 121–140. <https://doi.org/10.4135/9781412973588>

- Barbosa, L. (2004). *Sociedade de consumo*. (Jorge Zaha, Ed.). Rio de Janeiro.
- Baudrillard, J. (1993). *Symbolic Exchange and Death*. SAGE Publications.
- Becker, E. (1975). *The Denial of Death* (First Free). New York: Macmillan Publishing Co., Inc.
- Belk, R., Fischer, E., & Kozinets, R. V. (2013). *Qualitative Consumer and Marketing Research*. SAGE Publications.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the Extended Self. *Journal of Consumer Research*, 15(2), 139. <https://doi.org/10.1086/209154>
- Belk, R. W., Ger, G., & Askegaard, S. (2003). The Fire of Desire: A Multisited Inquiry into Consumer Passion. *Journal of Consumer Research*, 30(3), 326–351. <https://doi.org/10.1086/378613>
- Boholm, Å. (1998). Comparative studies of risk perception: A review of twenty years of research. *Journal of Risk Research*, 1(2), 135–163. <https://doi.org/10.1080/136698798377231>
- Boholm, Å. (2003). The cultural nature of risk: can there be an anthropology of uncertainty? *Ethnos*, 68(770844068), 159–178. <https://doi.org/10.1080/0014184032000097722>
- Bonsu, S. K., & Belk, R. W. (2003). Do Not Go Cheaply into That Good Night: Death-Ritual Consumption in Asante, Ghana. *Journal of Consumer Research*, 30(1), 41–55. <https://doi.org/10.1086/374699>
- Brown, S., & Turley, D. (1997). *Consumer Research*. New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Campbell, C. (2005). The Craft Consumer: Culture, Craft and Consumption in a Postmodern Society. *Journal of Consumer Culture*, 5(1), 23–42. <https://doi.org/10.1177/1469540505049843>
- DaMatta, R. (1984). *O que faz o brasil, Brasil?* <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- DaMatta, R. (1997). *A Casa & a Rua* (5^a).
- Dechesne, M., Pyszczynski, T., Arndt, J., Ransom, S., Sheldon, K. M., van Knippenberg, A., & Janssen, J. (2003). Literal and symbolic immortality: the effect of evidence of literal immortality on self-esteem striving in response to mortality salience. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(4), 722–737. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.84.4.722>
- Dobscha, S. (2016). A brief, abbreviated introduction to death. In *Death in a Consumer Culture*. Oxford and New York: Routledge Taylor & Francis Group.

- Drenten, J., Drummond, K., Gabel, T., Hackley, C., Levy, S., Podoshen, J. S., ... Veer, E. (2012). "Death and All His Friends": the Role of Identity, Ritual, and Disposition in the Consumption of Death. *Advances in Consumer Research*, 40, 1098–1099.
- Elias, N. (1985). *The Loneliness of the Dying* (English Ed). New York: The Continuum International Publishing Group Inc.
- Ferraro, R., Shiv, B., & Bettman, J. R. (2005). Let Us Eat and Drink, for Tomorrow We Shall Die: Effects of Mortality Salience and Self-Esteem on Self-Regulation in Consumer Choice. *Journal of Consumer Research*, 32(1), 65–75. <https://doi.org/10.1086/429601>
- Florian, V., Mikulincer, M., & Hirschberger, G. (2002). The anxiety-buffering function of close relationships: evidence that relationship commitment acts as a terror management mechanism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(4), 527–542. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.82.4.527>
- Fransen, M. L., Fennis, B. M., Pruyn, a. T. H., & Das, E. (2008). Rest in peace? Brand-induced mortality salience and consumer behavior. *Journal of Business Research*, 61(10), 1053–1061. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2007.09.020>
- Fritsche, I., Eva Jonas, Fischer, P., Koranyi, N., Berger, N., & Fleischmann, B. (2007). Mortality salience and the desire for offspring. *Journal of Experimental Social Psychology*, 43(5), 753–762. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2006.10.003>
- Gabel, T. G., Mansfield, P., & Westbrook, K. (1996). The Disposal of Consumers : An Exploratory Analysis of Death-Related Consumption. *Advances in Consumer Research*, 23(1), 361–367.
- Gentry, J. W., Kennedy, P. F., Paul, C., & Hill, R. P. (1995). Family transitions during grief: Discontinuities in household consumption patterns. *Journal of Business Research*, 34(1), 67–79. [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(94\)00054-I](https://doi.org/10.1016/0148-2963(94)00054-I)
- Ger, G., & Sandıkçı, Ö. (2007). Doing research on sensitive topics: Studying covered Turkish women, 1–23.
- Gorer, G. (1955). The Pornography of Death. *Encounter*.
- Greenberg, J., Solomon, S., & Pyszczynski, T. (1997). Terror Management Theory of self-esteem and cultural worldviews - Empirical assessments and conceptual refinements. *Advances in Experimental Social Psychology*, 29.
- Guerreiro, M. D. D., & Abrantes, P. (2005). Como tornar-se adulto: processos de transição na modernidade avançada. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 20(58), 157–175. <https://doi.org/10.1590/S0102-69092005000200008>

- Hirschman, E. C. (1990). Secular Immortality and the American Ideology of Affluence. *Journal of Consumer Research*, 17(1), 31–42. <https://doi.org/10.1086/208534>
- Holt, D. B. (2002). Why Do Brands Cause Trouble? A Dialectical Theory of Consumer Culture and Branding. *Journal of Consumer Research*, 29(1), 70–90. <https://doi.org/10.1086/339922>
- Kasser, T., & Sheldon, K. M. (2000). Of Wealth and Death: Materialism, Mortality Salience, and Consumption Behavior. *American Psychological Society*, 11(4). <https://doi.org/10.2522/ptj.20060295>
- Kates, S. M. (2001). Disposition of possessions among families of people living with AIDS. *Psychology & Marketing*, 18(4), 365–387. <https://doi.org/10.1002/mar.1012>
- Keeney, R. L. (2008). Personal Decisions are the Leading Cause of Death. *Operations Research*.
- King, L. A., Hicks, J. A., & Abdelkhalik, J. (2009). Death, Life, Scarcity, and Value An Alternative Perspective on the Meaning of Death. *Psychological Science*, 20(12), 1459–1462. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2009.02466.x>
- Kübler-Ross, E. (1997). *On Death and Dying* (First Scri). New York: Simon & Schuster Inc.
- Lai, A.-L. (2016). The “mortal coil” and the political economy of death: a critical engagement with Baudrillard. In *Death in a Consumer Culture*. Oxford and New York.
- Levy, S. J. (2014). Olio and intègraphy as method and the consumption of death. *Consumption Markets & Culture*, 18(2), 133–154. <https://doi.org/10.1080/10253866.2014.908287>
- Maheswaran, D., & Agrawal, N. (2004). Motivational and Cultural Variations in Mortality Salience Effects: Contemplations on Terror Management Theory and Consumer Behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 14(3), 213–218. https://doi.org/10.1207/s15327663jcp1403_3
- Mandel, N., & Heine, S. J. (1999). Terror Management and Marketing: He who dies with the most toys wins. *Advances in Consumer Research*, 26, 527–532.
- Mandel, N., & Smeesters, D. (2008). The Sweet Escape: Effects of Mortality Salience on Consumption Quantities for High- and Low- Self-Esteem Consumers. *Journal of Consumer Psychology*, 35(August), 309–323. <https://doi.org/10.1086/587626>
- Mellor, P. a., & Shilling, C. (1993). Modernity, Self-Identity and the Sequestration of Death. *Sociology*, 27(3), 411–431. <https://doi.org/10.1177/0038038593027003005>
- Montes, M. L. (1998). As Figuras do Sagrado: Entre o Público e o Privado na Religiosidade Brasileira. In *História da vida privada no Brasil*.

- Moschis, G. P. (2007). Life Course Perspectives on Consumer Behavior. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 35(2), 295–307. <https://doi.org/10.1007/s11747-007-0027-3>
- Niemiec, C. P., Brown, K. W., Kashdan, T. B., Cozzolino, P. J., Breen, W. E., Levesque-Bristol, C., & Ryan, R. M. (2010). Being present in the face of existential threat: The role of trait mindfulness in reducing defensive responses to mortality salience. *Journal of Personality and Social Psychology*, 99(2), 344–365. <https://doi.org/10.1037/a0019388>
- O'Donohoe, S., & Turley, D. (2005). Till Death Us Do Part? Consumption and the Negotiation of Relationships Following a Bereavement. *Advances in Consumer Research*, 32, 625–626.
- Pais, J. M. (2009). A juventude como fase de vida: Dos ritos de passagem aos ritos de impasse. *Saude E Sociedade*, 18(3), 371–381. <https://doi.org/10.1590/S0104-12902009000300003>
- Pavia, T. (1993). Dispossession and Perceptions of Self in Late Stage HIV Infection. *Advances in Consumer Research*, 20(1989), 425–428. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=9307155697&site=ehost-live>
- Price, L. L., Arnould, E. J., & Folkman Curasi, C. (2000). Older Consumers' Disposition of Special Possessions. *Journal of Consumer Research*, 27(2), 179–201. <https://doi.org/10.1086/314319>
- Rindfleisch, A., & Burroughs, J. E. (2004). Terrifying Thoughts, Terrible Materialism? Contemplations on a Terror Management Account of Materialism and Consumer Behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 14(3), 219–224. https://doi.org/10.1207/s15327663jcp1403_4
- Rindfleisch, A., Burroughs, J. E., & Wong, N. (2009). The Safety of Objects: Materialism, Existential Insecurity, and Brand Connection. *Journal of Consumer Research*, 36(1), 1–16.
- Routledge, C., Arndt, J., & Goldenberg, J. L. (2004). A Time to Tan : Proximal and Distal Effects of Mortality Salience on Sun Exposure Intentions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30(10), 1347–1358. <https://doi.org/10.1177/0146167204264056>
- Thompson, C. J. (2004). Marketplace Mythology and Discourses of Power. *Journal of Consumer Research*, 31(1), 162–180. <https://doi.org/10.1086/383432>
- Urien, B., & Kilbourne, W. (2008). On the role of materialism in the relationship between death anxiety and quality of life. *Advances in Consumer Research*, 35, 409–415.
- Walter, T. (2012). Why different countries manage death differently: A comparative analysis of modern urban societies. *British Journal of Sociology*, 63(1), 123–145. <https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2011.01396.x>

Apêndices

Apêndice A: Roteiro de Entrevista

A. HISTÓRIA DE VIDA (ciclo de vida da morte)

a) **Pode me dar um breve resumo de sua trajetória para chegar até a sua crença/religião?**

1. **Me conte a primeira vez que o tema morte apareceu na sua vida, até os dias de hoje**

explorar: descoberta da morte, eventos marcantes, onde estava, como se sentiu, já falou com seus amigos/familiares sobre isso? Ou eles já vieram falar sobre isso com você? Como foi?, você fantasia sobre a morte? De quem, como?, algum novo consumo que você iniciou por causa da morte?, algum consumo que você interrompeu?

2. **E da sua própria morte? Como foi?**

explorar: você fantasia sobre a própria morte? Como?, algum novo consumo que você iniciou por causa da morte?, algum consumo que você interrompeu?

3. **Você acha que a sua relação com a morte mudou ao longo dos anos?**

4. **A sua história se parece ou é diferente das outras pessoas? Pode me dar exemplos de como você acha que é para as outras pessoas?**

B. SIGNIFICADO DA MORTE/VIDA

5. **O que é a morte? Ou quem é a morte?**

explorar: o que é morrer?, lado bom, lado ruim, como a morte faz você se sentir, se você tivesse um sonho com a morte, como seria?, o que te lembra morte no seu dia-a-dia? Ou nada lembra?

6. **O que significaria morrer hoje?**

explorar: deixar de fazer o que?, explorar o que é importante na vida

7. **Lembra do episódio do avião da Air France que caiu? Naquele dia tinham dois voos do Rio de Janeiro para Paris. Como você se sentiria se você estivesse no voo que não caiu?**

8. **Uma pessoa que fumou a vida toda e mais tarde desenvolveu um câncer de pulmão e morreu. Como você descreveria essa pessoa?**

explorar: como você acha que as outras pessoas enxergariam essa pessoa?, o que controlamos da morte ou não?, morrer é uma escolha? Ou a forma como morremos é uma escolha?

9. **Uma pessoa jovem morreu. Qual você diria que foi a causa da morte?**

- respostas como drogas, acidentes, nunca causas naturais.

10. **Uma pessoa idosa morreu. Qual você diria que foi a causa da morte?**

11. **Uma pessoa morreu de forma muito dolorosa, morreu jovem, aos 40 anos, internada no hospital por meses. Quem é essa pessoa?**

- explorar o que é uma morte boa e morte ruim

12. Uma pessoa morreu durante o sono, já bem velha, com 102 anos, em casa em sua cama.

Quem é essa pessoa?

- explorar o que é uma morte boa e morte ruim

13. O que significa uma vida significativa? E uma morte significativa?

14. Existem pessoas que podemos dizer que se tornaram imortais?

- existe uma forma de se tornar imortal?

C. COPING / PERCEPÇÃO DA MORTE (coletiva/individual)

15. Você acha que as pessoas pensam sobre a morte?

explorar: as pessoas pensam muito sobre morte?, você acha que é fácil para as pessoas falarem abertamente sobre morte ou que elas tem dificuldade?, acha que as pessoas são como você ou diferentes? Pq?, você pensa muito sobre morte?, você evita pensar no assunto ou não?, se evita, quais as estratégias que você usa?, lidar com a morte é igual pra todo mundo ou não?, qual a melhor forma de lidar?

16. Você acha que a ideia de morte/forma de lidar muda em função da cultura ou da religião? Pode me dar exemplos?

D. PROCESSO DE MORRER (luto, velório, posses, etc.)

17. Rituais funerários

Explorar: tentar ver a influência de religião, descrição de um ritual funerário, explorar o luto, posses / herança

18. Você planejou ou quer planejar seu próprio funeral?

- você tem ideia do que você quer?

19. Existe vida após a morte?

20. Quais dos seus pertences você gostaria que seus familiares/amigos guardassem quando você morrer?

21. Quais dos seus pertences você acha que eles vão guardar?

E. MORTE E CONSUMO

22. Se você só tivesse mais um dia de vida. Como seria esse dia? Pode narrar pra mim?

23. Que coisas que você gosta de fazer na vida que te fazem sentir vivo(a)?

Explorar: o que te dá prazer na vida, algum consumo (se não for mencionado), isso te ajuda a lidar com a morte ou não?

24. Tem algum consumo que te lembre a morte?

25. Tem alguma coisa, desejo ou consumo que você não faz por causa da morte?

26. Tem algum consumo que aproxima as pessoas da morte?

27. Tem algum consumo que afasta as pessoas da morte?

F. SEGURO DE VIDA

28. Quais os serviços ou produtos financeiros que você tem?

- seguros ou previdência privada?

29. Uma pessoa que comprou seguro de vida, como é essa pessoa?

Explorar: pode me descrever o perfil dela?, pq ela comprou esse produto?, ela é que nem todo mundo ou é diferente?

30. Quando eu falo “Seguro de Vida”, o que te vem na cabeça?

Explorar: você compraria seguro de vida? Pq?, o que você acha desse serviço/produto?, se o seu cônjuge/mãe/pai, fizesse um seguro de vida, o que você acharia disso?, se eles te incentivassem a fazer um seguro de vida, o que você acharia disso?, você acha que todo mundo pensa assim, ou não?