

UM BOM, FODA-SE É A RESPOSTA

*Manual de sobrevivência para
pessoas cansadas de fingir*



ARISTIDES MENDES

Um Bom FODA-SE é a Resposta

Copyright © 2026 Aristides Mendes

Esta obra é distribuída sob a licença Creative Commons CC BY-NC-ND 4.0.



UM BOM FODA-SE É A RESPOSTA

Manual de sobrevivência para pessoas cansadas de fingir

Aristides Mendes

Prólogo

Instruções de Uso

Obrigado por adquirir este produto. Antes de prosseguir, leia as instruções com atenção.

Este livro não substitui terapia, medicação, divórcio, demissão ou qualquer outra intervenção que a sua situação possa efetivamente requerer. O fabricante não se responsabiliza por relacionamentos perdidos, chefes ofendidos, familiares temporariamente silenciados ou amigos que passem a evitá-lo em jantares.

O produto deve ser utilizado com cinismo moderado. Em caso de sobredosagem — leitura em excesso seguida de aplicação acrítica de todos os conselhos — o fabricante recomenda uma pausa, um copo de água e, se necessário, contacto com um profissional de saúde mental. Não um coach.

Guardar fora do alcance de pessoas demasiado sensíveis, demasiado confiantes ou em fase aguda de entusiasmo motivacional.

Não aplicar em crianças. Não porque o conteúdo as possa prejudicar — a maioria das crianças já tem um instinto de foda-se muito mais calibrado do que os adultos que as rodeiam. Mas porque ainda não precisam deste livro. Ainda não lhes estragaram suficientemente o sentido de proporção.

O fabricante deseja-lhe boa leitura e uma quantidade razoável de decisões que não lamente.

Prefácio

Porque um bom FODA-SE salva mais vidas do que muita conversa

Há uma coisa que ninguém lhe vai dizer numa palestra de motivação, num retiro de mindfulness, num podcast sobre produtividade ou num livro com lombada cor-de-laranja e uma frase inspiradora na capa: que a maior parte das coisas que lhe causam ansiedade não merecem a sua atenção. Não merecem a sua energia, o seu tempo, a sua culpa, nem o seu dinheiro gasto em workshops sobre como ser a melhor versão de si mesmo.

Merecem um foda-se. Limpo, direto, bem articulado.

Este livro existe porque alguém tinha de o dizer.

O mundo tornou-se um call center emocional

Acordou hoje de manhã com a sensação de que deve qualquer coisa a alguém? É normal. É o estado padrão do adulto contemporâneo.

Deve produtividade ao seu empregador. Deve presença ao seu parceiro. Deve atenção aos seus filhos, disponibilidade aos seus amigos, apoio à sua família, engajamento às suas redes sociais e, no tempo livre que sobra — nenhum, mas a indústria da autoajuda sugere que acorde mais cedo — deve desenvolvimento pessoal a uma versão futura e melhorada de si mesmo que até agora não apareceu.

A este conjunto de exigências simultâneas e contraditórias que constituem a vida moderna, há um nome técnico: esgotamento. Mas como o esgotamento não vende cursos online, foi rebatizado de outra forma. Chama-se falta de disciplina. Falta de gratidão. Falta de mindset correto.

A culpa é sempre sua. O mundo está ótimo. É você que não está a render o suficiente.

Esta é a grande mentira que sustenta uma indústria de biliões de euros: a de que o problema não é o sistema — são os seus hábitos matinais. Que se acordasse às cinco da manhã, meditasse vinte minutos, bebesse água com limão, escrevesse três coisas pelas quais é grato e fizesse trinta flexões, a sua vida seria outra. Mais produtiva. Mais significativa. Mais digna de ser partilhada no Instagram com uma legenda sobre resiliência.

Entretanto, o chefe continua a mandar mensagens ao sábado. O risco da casa ainda existe. Os filhos continuam a crescer mais depressa do que a conta bancária. E a água com limão não resolveu absolutamente nada, exceto tornar os seus dentes ligeiramente mais sensíveis.

A obrigação moderna de estar bem

Existe uma forma de tortura que não consta em nenhuma convenção de Genebra porque é completamente voluntária e tem boa classificação no Goodreads: a obrigação de estar bem.

Não apenas bem. Bem e grato. Bem e consciente. Bem e em crescimento pessoal. Bem e a trabalhar para ser melhor. Bem e a partilhar essa jornada de forma autêntica com uma comunidade de seguidores que também estão bem, gratos, conscientes e em crescimento — embora ninguém durma mais de seis horas e toda a gente tenha uma crise de ansiedade às três da manhã que não aparece no feed.

Sentir-se mal tornou-se uma falha moral. Estar cansado é preguiça. Estar frustrado é falta de perspectiva. Estar furioso é falta de regulação emocional. E estar simplesmente farto — farto do trabalho, das expectativas, das conversas que não levam a lado nenhum, dos planos que nunca saem como planeados, das pessoas que prometem e não cumprem — isso não tem sequer nome decente no vocabulário contemporâneo do bem-estar.

Tem, porém, uma resposta.

Positividade tóxica com aroma a incenso

Já entrou numa livraria ultimamente e foi à secção de desenvolvimento pessoal? É um espetáculo notável.

Livros sobre gratidão. Livros sobre abundância. Livros sobre como atrair o que quer com o pensamento — teoria que, se fosse verdade, implicaria que toda a gente que tem cancro simplesmente não pensou bem. Livros sobre como ser mais produtivo, mais focado, mais intencional, mais presente, mais autêntico, mais resiliente. Livros escritos por pessoas que, ao que tudo indica, tiveram tempo para escrever um livro enquanto eram produtivas, focadas, intencionais, presentes, autênticas e resilientes em simultâneo.

No centro de tudo isto está uma premissa que ninguém questiona porque está demasiado bem embalada: a de que o seu sofrimento é um problema de atitude. Mude a

perspectiva. Reenquadre o problema. Pratique a gratidão. Visualize o sucesso. Confie no processo.

O processo, entretanto, segue em frente sem o consultar.

A positividade tóxica não é apenas irritante. É activamente prejudicial. Porque quando se diz a alguém que está a sofrer que precisa de "mudar o chip", está a dizer-lhe que o problema é ele. Não as circunstâncias. Não o sistema. Não as escolhas reais e limitadas que tem diante de si. É ele. A sua incapacidade de estar grato o suficiente, otimista o suficiente, disciplinado o suficiente.

É uma forma muito elegante de culpar a vítima com linguagem de spa.

O FODA-SE como mecanismo de defesa

Este livro não é um manifesto contra a felicidade. É um manifesto contra a felicidade obrigatória.

Há uma diferença enorme entre estar bem e ser obrigado a fingir que está bem. Entre ter uma vida satisfatória e ter de simular satisfação para consumo de terceiros. Entre encontrar paz genuína nas pequenas coisas e ter de agradecer publicamente por cada amanhecer como se a existência do sol fosse uma bênção pessoalmente dirigida a si.

O foda-se que este livro defende não é niilismo. Não é desistência. Não é crueldade gratuita nem adolescência tardia. É uma ferramenta de triagem. É o mecanismo pelo qual um adulto funcional e consciente decide, com deliberação, o que merece a sua atenção — e o que não merece absolutamente nada dela.

Dizer foda-se a uma reunião que podia ser um e-mail não é irresponsabilidade. É higiene cognitiva. Dizer foda-se à obrigação de gostar de toda a gente não é frieza. É honestidade. Dizer foda-se ao culto da produtividade permanente não é preguiça. É sanidade.

O foda-se bem aplicado não destrói a vida. Protege-a. Cria uma fronteira entre o que é seu — o seu tempo, a sua atenção, a sua energia, a sua paz de espírito — e o que é apenas ruído com pretensões de urgência.

O problema não é que as pessoas digam foda-se a coisas que importam. É que foram treinadas para nunca dizer foda-se a nada, absorvendo tudo, agradecendo tudo, tolerando tudo, achando sempre que o problema são elas.

Este livro é uma correcção a esse treino.

Algumas pessoas merecem terapia; outras merecem silêncio

Uma nota final, antes de avançarmos.

Este livro não é para toda a gente. Não porque o seu conteúdo seja demasiado difícil, demasiado cru ou demasiado verdadeiro. Mas porque há pessoas que chegam a um livro assim à procura de permissão para serem maus. Para justificarem crueldade com filosofia. Para transformarem amargura em estética.

Não é isso.

O narrador destas páginas tem afeto. Tem amigos. Tem família que suporta, apesar de tudo. Tem causas que defende, mesmo que em surdina. Tem momentos de ternura que não partilha porque a ternura sem sarcasmo parece, à luz do dia, demasiado exposta.

O que o narrador não tem é paciência para fingir. Para performance. Para o teatro emocional que passou a ser exigido como condição de participação na vida social contemporânea.

Algumas pessoas merecem terapia. Genuinamente — há sofrimento real que precisa de intervenção real e nada neste livro pretende diminuir isso. Mas algumas pessoas não precisam de mais introspeção. Precisam de parar de pedir desculpa por existir. De deixar de se desculpar por ter limites. De aprender a dizer não sem uma dissertação de doutoramento a justificar a decisão.

Para essas pessoas — e suspeito que você é uma delas, caso contrário não teria chegado até aqui — este livro é um presente.

Não vai resolver nada. Mas vai tornar a situação ligeiramente mais suportável.

E às vezes é mesmo o suficiente.

"Algumas coisas merecem a sua melhor atenção. Outras merecem exactamente isto: um bom foda-se e seguir em frente."

PARTE I - TU

As mentiras que contas a ti próprio

Capítulo 1

A Gratidão é uma Armadilha Bem-Embalada

Algures entre o final do século XX e o início do nosso colapso coletivo, alguém decidiu que a gratidão era a solução. Não a gratidão espontânea, aquela que aparece sem aviso quando algo genuinamente bom acontece — um jantar extraordinário, uma conversa que dura até de madrugada, o primeiro dia quente depois de um Inverno longo. Não essa. Essa sempre existiu e nunca precisou de ser ensinada.

A ideia era outra. Era a gratidão como prática diária. Como disciplina. Como obrigação moral disfarçada de autocuidado. A gratidão em forma de lista, de journaling, de aplicação com notificação às oito da manhã a perguntar-lhe "Pelo que é grato hoje?" — como se a sua psicologia fosse um jardim que precisa de rega agendada e a pergunta não fosse completamente absurda quando acaba de dar conta de que se esqueceu de pagar o seguro do carro.

A indústria da gratidão obrigatória

A indústria da gratidão é, em termos de faturação, uma das mais bem-sucedidas dos últimos trinta anos. Não porque o produto funcione — o que funciona raramente precisa de tanto marketing. Mas porque tem a vantagem extraordinária de responsabilizar o consumidor pelos resultados. Se a gratidão não o tornou mais feliz, é porque não praticou o suficiente, com suficiente intenção, com suficiente convicção. A falha é sempre do utilizador. O produto é impecável.

O sector inclui: livros (muitos, com capas de cor suave e tipografia que parece manuscrita), podcasts (geralmente apresentados por pessoas com uma história de superação que serve de credencial), retiros (em locais com boa luz natural, alimentação biológica e ausência de Wi-Fi, que é, curiosamente, a única coisa que os torna suportáveis), workshops (num sábado de manhã, porque o sábado de manhã é o horário oficial de tudo aquilo a que não se consegue dizer não com a cabeça fria) e aplicações que lhe enviam lembretes de gratidão nos momentos em que está a tentar, por exemplo, não matar ninguém no trânsito.

No centro de toda esta arquitetura está uma afirmação que soa razoável até ser examinada de perto: que focar a atenção no que é positivo muda a experiência subjectiva

da realidade. Isto é, em certa medida, verdade. O problema é o que se faz com essa verdade. Porque de "focar no positivo ajuda" a "se não estás bem é porque não estás a focar no positivo" há um salto que a indústria faz com uma agilidade que devia ser desconfortável, mas que raramente é questionada porque, entretanto, já comprou o diário de gratidão.

Fingir serenidade enquanto ardes por dentro

Conhece esta cena: está numa situação objectivamente má. O emprego está a consumir-lhe a vida sem contrapartida proporcional. O relacionamento perdeu o rumo há mais tempo do que está disposto a admitir. A saúde financeira tem o aspeto de uma radiografia que o médico olha em silêncio por tempo a mais. Ou, mais prosaicamente, é segunda-feira de manhã e a perspectiva de mais uma semana igual às anteriores pesa com uma realidade física que se sente no peito.

Neste contexto, aparece a voz interior — ou exterior, de um amigo bem-intencionado, de um post que o algoritmo lhe colocou à frente, de um podcast que estava a ouvir sem concentração — e diz: "Mas tenta ver o lado positivo. Pelo menos tens saúde. Tens casa. Há pessoas em situação muito pior."

Isto é, no fundo, uma forma de silenciamento emocional com pretensões de perspectiva.

Sim, há pessoas em situação pior. Sempre haverá. Isso não torna a sua situação menos real, menos dolorosa, menos merecedora de atenção. A comparação com o sofrimento alheio como forma de invalidar o sofrimento próprio é um truque retórico que nenhum médico usaria — imagine o cirurgião que, perante uma fratura, diz "podia ser pior, podia ter perdido a perna" e manda o doente para casa com um conselho de gratidão. O problema existe. Precisa de ser tratado. A comparação não o dissolve.

O que a gratidão forçada faz, em concreto, é criar uma camada de performance sobre o estado real. A pessoa está mal mas finge, para si própria e para os outros, que está a focar no positivo. Que está a crescer. Que está a trabalhar a perspectiva. Entretanto, o problema que gerou o desconforto continua exactamente onde estava, agora com uma lista de coisas pelas quais ser grato pousada em cima.

A serenidade fingida não é serenidade. É bloqueio. E o que fica bloqueado, mais cedo ou mais tarde, liberta-se — geralmente de forma menos elegante do que um foda-se dito a tempo.

EXERCÍCIO DE MERDA

Escreve cinco coisas pelas quais és grato. Pega no papel. Lê em voz alta. Agora pergunta-te honestamente se alguma delas resolveu o problema que te trouxe até este exercício. Se a resposta for não — e será — dobra o papel, coloca-o numa gaveta e vai resolver o problema. A gratidão pode voltar depois, quando houver motivo genuíno para ela.

O otimismo como chantagem social

Há uma variante da gratidão forçada que é ainda mais perniciosa porque se disfarça de preocupação com o outro: o otimismo prescrito socialmente.

Funciona assim: partilha um problema — um problema real, não uma queixa decorativa — e a resposta que recebe, em vez de escuta ou de reconhecimento, é uma lista de razões para ver o lado bom. "Vai correr bem." "Tens de acreditar." "O universo tem os seus planos." "Tudo acontece por alguma razão."

Esta última é particularmente notável. Tudo acontece por alguma razão é uma frase que, se levada a sério, implica que cada catástrofe humana — cada doença, cada perda, cada fracasso coletivo — tem uma finalidade pedagógica cósmica. O que é uma visão do mundo simultaneamente consoladora e de uma crueldade atroz, porque sugere que o sofrimento é merecido, ou pelo menos necessário e que questioná-lo é resistir ao plano.

A pressão para ser otimista não é inocente. É uma forma de gerir o desconforto de quem ouve, não o sofrimento de quem fala. Quando alguém lhe diz "pensa positivo" em resposta a uma dificuldade real, o que está realmente a dizer é: "o teu sofrimento está a incomodar-me e preferia que parasse." O otimismo prescrito serve o receptor, não o emissor.

E quando se recusa a ser otimista — quando insiste em que a situação é difícil, que não vai correr necessariamente bem, que há razões concretas para a preocupação — recebe um novo diagnóstico: é negativo. É pessimista. É tóxico. O vocabulário da saúde mental foi gentilmente apropriado para descrever quem não está disponível para o teatro do pensamento positivo.

O realismo tornou-se uma patologia. A lucidez, uma forma de mau humor.

A culpa de não estar feliz

Há uma geração — talvez duas — que cresceu com a ideia de que a felicidade é o estado normal e a infelicidade é o desvio. Que o ser humano bem ajustado, com as ferramentas certas, com os hábitos certos, com a mentalidade certa, deveria estar bem a maior parte do tempo. Que a tristeza, a ansiedade, o desânimo crônico, a sensação de vazio — tudo isso são sinais de que algo está errado com a pessoa, não com as circunstâncias.

Esta ideia é historicamente extraordinária. Durante a maior parte da existência humana, a vida era, para a grande maioria das pessoas, difícil, incerta, dolorosa e breve. A felicidade era um intervalo, não o estado de referência. Os filósofos antigos que se ocuparam da questão — e ocuparam-se muito — chegaram invariavelmente à conclusão de que a vida boa não era sinónimo de vida feliz: era sinónimo de vida vivida com virtude, com sentido, com aceitação do que está fora do nosso controlo. Nenhum deles escreveu um diário de gratidão.

Mas algures no século XX, com a prosperidade relativa do pós-guerra e a emergência da psicologia positiva como disciplina, a felicidade foi elevada a objetivo e, por implicação, a obrigação. E quando algo é uma obrigação, o seu oposto torna-se uma falha.

A pessoa que não está feliz sente culpa por não estar feliz. O que é simultaneamente uma crueldade e um absurdo lógico: a emoção negativa gera uma segunda emoção negativa sobre a primeira, o que não melhora nenhuma das duas, mas piora substancialmente o estado geral. É o equivalente emocional de alguém com dores de costas que passa as noites sem dormir preocupado por ter dores de costas.

CASO DE ESTUDO — A MARIANA DO INSTAGRAM

A Mariana tem um feed impecável. Fotografias de pequenos-almoços coloridos, pores do sol captados no momento certo, frases sobre gratidão com tipografia de qualidade. A Mariana publica três a cinco vezes por semana e em cada publicação há uma variação do mesmo tema: a vida é difícil, mas ela está a crescer, está grata, está presente. Os comentários são entusiásticos. "Inspírame." "Que energia." "Precisava mesmo de ler isto hoje."

O que os comentários não sabem — o que o feed não mostra — é que a Mariana não dorme bem desde há dois anos, que o relacionamento tem problemas que não são fotografáveis e que a prática de gratidão que documenta publicamente foi originalmente recomendada por uma terapeuta como exercício privado de regulação emocional.

A Mariana não é má pessoa. A Mariana está presa num ciclo em que a performance da gratidão

substitui o trabalho de perceber porque é que não está bem. E cada like que recebe reforça o ciclo. A gratidão como conteúdo não é gratidão. É outra forma de fuga com melhor iluminação.

A beleza radical de admitir: "isto é uma merda"

Há qualquer coisa de profundamente libertador na decisão de dizer a verdade sobre o estado das coisas. Não com amargura, não com catastrofismo, não com a intenção de convencer o mundo de que a vida é insuportável. Mas com a precisão tranquila de quem faz um diagnóstico honesto.

Isto é uma merda. Esta situação, objectivamente, não está bem. Este trabalho está a consumir-me. Este relacionamento não está a funcionar. Esta fase é difícil e não tenho de fingir que não é.

Esta admissão não é derrota. É o pré-requisito de qualquer mudança real. Enquanto se estiver a fingir que está bem — para os outros, para as redes sociais, para a voz interior que leu demasiados livros de autoajuda — não há razão para mudar nada. O problema está mascarado. Está gerido. Está "a ser trabalhado com gratidão e perspectiva".

O foda-se genuíno começa aqui. Não no grito, não na explosão, não na rutura dramática. Começa no momento em que se decide parar de fingir. Em que se olha para a situação sem o filtro do otimismo obrigatório e se diz: não está bem. E isto merece atenção real, não uma lista de coisas bonitas escritas numa agenda de capa dura.

A gratidão seletiva — a única forma de gratidão que não é uma forma de autoengano — exige exactamente isso: saber distinguir o que merece genuinamente reconhecimento do que merece ser encarado de frente, sem disfarce. Agradecer o jantar extraordinário. Agradecer a conversa que durou até de madrugada. Agradecer o dia quente depois do Inverno longo.

E ao problema no trabalho, à situação que não está a funcionar, ao desconforto que persiste debaixo de todas as listas de gratidão: dar-lhe o tratamento que merece. Que não é agradecimento. É atenção. É acção. É, quando necessário, um foda-se bem calibrado e a decisão de fazer diferente.

A serenidade que não precisa de ser fingida começa por aí.

"Nem tudo merece gratidão. Algumas coisas merecem é distância."

Capítulo 2

Produtividade: a Religião Oficial dos Exaustos

Às cinco da manhã, o alarme toca. Não o alarme de quem precisa de apanhar um voo, não o alarme de quem tem filhos pequenos que acordam sozinhos e exigem testemunhas. É o alarme deliberado, intencional, motivacional — o alarme que a pessoa programou porque leu num livro, num podcast ou no perfil de um empreendedor de sucesso que os grandes homens acordam cedo.

Às cinco da manhã, portanto, a pessoa levanta-se. Bebe água. Medita quinze minutos com uma aplicação que lhe diz quando respirar. Escreve três páginas à mão — o chamado morning pages, importado de um livro dos anos noventa que continua a vender-se como se fosse uma descoberta recente. Faz trinta minutos de exercício. Toma banho frio. Lê dez páginas de um livro sobre liderança. Revê os objetivos do trimestre.

São seis e meia. O dia começou. A pessoa está exausta.

E ainda não fez nada.

Acordar às cinco para continuar irrelevante

A rotina diária é o primeiro sacramento da religião da produtividade. A ideia de base é sedutora na sua simplicidade: se conseguires controlar as primeiras horas do dia, controlas o dia. Se controlas o dia, controlas a semana. Se controlas a semana, controlas a vida.

Esta lógica tem um problema que ninguém nos retiros de produtividade menciona: a maior parte das coisas que determinam a qualidade de uma vida não são controladas pela rotina diária. Não são controladas pela agenda do dia. Não são controladas pela disciplina individual de quem acorda mais cedo do que deveria.

São controladas por circunstâncias — o mercado de trabalho, a saúde, as relações, o acaso, a herança social, a sorte — que existem completamente fora do alcance de qualquer alarme das cinco da manhã.

O empreendedor que acorda cedo e tem sucesso não tem sucesso por acordar cedo. Tem sucesso por uma combinação de competência, oportunidade, capital, rede de contactos e circunstâncias que, em boa parte, estiveram presentes antes de ele alguma vez

ter ouvido falar de rotina diárias. A rotina matinal é o detalhe que conta nas entrevistas porque é tangível, replicável e vendável. As outras condições — mais determinantes, menos fotogênicas — raramente aparecem no podcast.

O resultado é uma inversão causal que se instalou na cultura de forma impressionante: as pessoas acreditam que acordar cedo produz sucesso, quando a correlação, a existir, vai noutro sentido. Quem tem uma vida organizada tende a ter horários regulares. Quem tem uma vida caótica, por mais alarmes que programe, tem uma vida caótica com mais privação de sono.

Acordar às cinco para continuar irrelevante é uma das formas mais eficientes de se sentir produtivo sem mudar nada de substancial.

O fetiche da agenda cheia

Pergunte a qualquer pessoa bem-sucedida como está e há uma probabilidade muito alta de a resposta ser alguma variante de "cheio". "Muito ocupado." "A correr." "Sem tempo para nada." "Louco."

Ninguém responde "tranquilo". "Com espaço." "Com tempo para pensar." Essas respostas soariam suspeitas. Quase vergonhosas. Como se ter tempo livre fosse uma evidência de irrelevância.

A agenda cheia tornou-se um símbolo de estatuto. Não de competência, não de produtividade real, não de impacto — de estatuto. A pessoa que tem a agenda cheia é a pessoa que importa. Que é procurada. Que tem reuniões, compromissos, chamadas, prazos. A pessoa com espaço na agenda é a pessoa que não é suficientemente importante para ter a agenda cheia.

Esta inversão de valores é recente e é peculiar. Durante a maior parte da história humana, o lazer era o sinal de estatuto — quem tinha servos ou simplesmente trabalhadores a fazer o trabalho braçal por si não precisava de estar ocupado. O ócio era o privilégio dos que podiam dá-lo a si mesmos. O trabalho era o destino de quem não tinha escolha.

Hoje é exactamente o contrário. O executivo que trabalha oitenta horas por semana exhibe esse número como uma medalha. O empreendedor que "dorme pouco porque há muito a fazer" é tratado como herói, não como alguém com má gestão de tempo e um problema de limites que devia ser discutido em terapia.

A agenda cheia não produz mais. Produz a sensação de produzir mais. E a distinção é importante porque é desta confusão que a indústria da produtividade vive.

CASO DE ESTUDO — O RICARDO DAS REUNIÕES

O Ricardo tem a agenda sempre cheia. O Ricardo está sempre em reuniões. O Ricardo manda mensagens às onze da noite sobre assuntos que podiam esperar até amanhã. O Ricardo usa o termo "bandwidth" sem ironia. O Ricardo disse uma vez, numa reunião de equipa, que "o tempo é o nosso recurso mais precioso" — numa reunião que já durava noventa minutos sem ordem de trabalhos definida.

O Ricardo não é mais produtivo do que os colegas que saem a horas. O Ricardo produz mais ruído. Que é diferente.

A pornografia motivacional do LinkedIn

Há uma plataforma que merece um capítulo próprio — e terá um mais à frente — mas que neste contexto não pode ser ignorada: o LinkedIn, o grande templo da produtividade realizada.

O LinkedIn é o lugar onde adultos aparentemente sérios publicam histórias de superação pessoal formuladas como se fossem parábolas bíblicas. Onde despedimentos se tornam "a melhor coisa que me aconteceu". Onde fracassos se tornam "lições que me fizeram crescer". Onde a ordinária competência profissional de fazer o trabalho que é suposto fazer se torna conteúdo inspiracional com três mil likes e comentários do tipo "isto" ou "que perspectiva" ou "obrigado por partilhar, precisava mesmo de ler isto hoje" — que, curiosamente, é exactamente o que a Mariana recebe no Instagram quando publica sobre gratidão.

A pornografia motivacional do LinkedIn é um género literário com regras muito definidas. A história começa mal — despedimento, rejeição, fracasso, doença, crise. Depois há um momento de viragem — uma conversa, um livro, uma decisão. Depois o protagonista trabalha muito, acredita muito, persiste muito. Depois o sucesso. Depois a moral: tu também podes.

O que este género omite, sistematicamente, é tudo o que é estruturalmente determinante: o capital inicial, a rede de contactos, a escolaridade dos pais, o país de nascimento, o período económico, a sorte. O protagonista "acreditou" — e isso é suficiente

para explicar o resultado. Os milhares de pessoas que também acreditaram e não chegaram ao mesmo sítio não aparecem no post porque os posts de fracasso têm muito menos likes.

É motivacional. E é, em grande medida, mentira — não intencional, mas estrutural. Uma mentira sobre o que determina os resultados humanos que serve para vender cursos, consultoria e a ideia de que o problema é sempre individual.

Trabalhar até parecer vivo

Há um fenómeno que os economistas comportamentais chamam de "busy bias" — a tendência das pessoas para preferirem estar ocupadas a estar desocupadas, independentemente de a ocupação produzir algo de valor. Experiências controladas mostram que as pessoas ficam mais satisfeitas quando lhes é atribuída uma tarefa arbitrária do que quando ficam sem nada para fazer, mesmo que a tarefa não produza nenhum resultado útil.

Isto é, em si mesmo, revelador. Não valorizamos a actividade pelo que produz. Valorizamo-la pelo que nos faz sentir — activos, úteis, presentes, vivos. A actividade é uma forma de não estar sós com o silêncio. E o silêncio, na cultura contemporânea, é assustador.

O trabalhador que fica no escritório até às oito da noite não está necessariamente a fazer mais do que o que saiu a horas. Está, frequentemente, a gerir a ansiedade de ir para casa. No escritório há estrutura, há papéis definidos, há uma narrativa — sou aquele que trabalha muito — que organiza a identidade. Em casa há a questão de quem se é quando não se está a trabalhar e essa questão é mais difícil do que qualquer prazo.

"Trabalho com paixão" é a frase que mais dano fez à saúde mental da classe trabalhadora nas últimas décadas. Não porque a paixão pelo trabalho seja má — pode ser genuína e enriquecedora. Mas porque foi transformada numa exigência. O empregador que diz "queremos pessoas que trabalhem com paixão" está, na prática, a dizer que quer pessoas que não separem o tempo delas do tempo da empresa. Que estejam disponíveis. Que não peçam compensação pela disponibilidade extra, porque "é paixão, não é trabalho".

É trabalho. É só trabalho sem pagar adequadamente.

EXERCÍCIO DE MERDA

Conta quantas horas fizeste esta semana para além do horário contratado. Multiplica pelo teu salário/hora. Esse número é o que ofereceste à empresa esta semana, de graça, em nome da paixão.

Agora decide se isso é dedicação ou se é simplesmente um mau negócio com marketing emocional.

Descansar como acto revolucionário

A palavra "descanso" foi sequestrada. Já não é simplesmente parar — é "recarregar". É "otimizar a recuperação". É strategic rest. Até o não fazer nada foi colonizado pela lógica da produtividade: descansas para produzir melhor, não porque o descanso seja um fim em si mesmo, não porque simplesmente estares quieto tenha valor intrínseco, não porque a vida não precise de ser justificada pela sua utilidade.

O corpo humano não é uma máquina que precisa de ser recarregada para voltar a funcionar. É um organismo que precisa de repouso, de prazer, de inutilidade, de tempo que não sirva para nada. Os romanos tinham o conceito de otium — o ócio criativo, o tempo livre da obrigação — como condição necessária para uma vida civilizada. Não como recompensa pelo trabalho. Como parte constitutiva da existência humana digna.

Não precisas de ter sido produtivo esta semana para merecer sentar-te ao sol no sábado de manhã sem fazer nada. Não precisas de ter atingido os objetivos do trimestre para justificar uma tarde de leitura sem propósito. Não precisas de justificar o descanso. Não tens de pedir autorização à lista de tarefas.

O descanso não é o prémio da produtividade. É o direito de quem está vivo.

E se a ideia de ficar uma tarde inteira sem fazer nada te causa ansiedade suficiente para começares a reorganizar mentalmente a agenda — isso não é dedicação. É um problema. E a solução não é uma aplicação de mindfulness. É perceber que te tornaste funcionalmente incapaz de simplesmente existir sem produzir, o que é uma forma moderna e socialmente aprovada de sofrimento.

Há uma ironia que a indústria da produtividade nunca admitirá: as pessoas mais criativas, mais capazes de resolução de problemas, mais genuinamente eficazes, são frequentemente as que trabalham menos horas — porque trabalham com atenção em vez de com volume, com intenção em vez de com presença física, com clareza em vez de com cansaço acumulado. O descanso não é o oposto da produtividade. É a condição dela.

Mas para chegar a isso é preciso primeiro desprogramar a ideia de que o valor de um dia se mede pelo número de tarefas concluídas. E essa desprogramação não tem app. Não tem podcast. Não tem rotina diária.

Tem, isso sim, a coragem de parar — e de aguentar o desconforto de não estar a fazer nada — até perceber que o silêncio não mata ninguém.

"Se precisas de uma app para respirar, já perdeste."

Capítulo 3

O Teu Corpo Não é um Templo; é um Equipamento em Declínio

Existe um tipo de pessoa que, quando lhe perguntas como está, te fala do treino. Não é que esteja a ser perguntada sobre o treino. É que o treino é a resposta a tudo. Está bem porque treinou. Está mal porque não treinou. Está de bom humor porque bateu o record pessoal nos cinco quilómetros. Está irritado porque o ombro está a dar problemas e não consegue fazer supino há três semanas.

Este tipo de pessoa não tem um corpo. Tem um projecto.

E tu, que simplesmente tens um corpo — que come, que dorme, que às vezes dói, que envelhece sem pedir autorização, que nunca foi e provavelmente nunca será fotografável com a luz certa num estúdio de fitness — és o problema. Não estás a trabalhar o suficiente. Não estás comprometido. Não respeitas "o templo".

O templo. Como se o teu fígado soubesse que é sagrado.

O espelho como tribunal moral

O corpo deixou de ser um meio e tornou-se uma mensagem. O que o teu corpo comunica — a sua forma, o seu peso, a sua definição muscular, a sua aparente vitalidade — passou a dizer qualquer coisa sobre quem és, não apenas sobre como vives. E o que diz é lido como carácter.

O corpo magro e musculado comunica: disciplina, determinação, respeito por si mesmo, ambição, controlo. O corpo gordo comunica: preguiça, fraqueza, falta de força de vontade, descuido. Estes são estereótipos antigos, mas que a cultura do fitness contemporâneo revestiu de uma linguagem pseudocientífica e aparentemente neutra — "saúde", "bem-estar", "estilo de vida" — que os tornou mais difíceis de questionar precisamente porque fingem não ser juízos morais quando são quase exclusivamente juízos morais.

A palavra-chave é "estilo de vida". O estilo de vida saudável não é apenas uma escolha de saúde — é uma identidade. E as identidades constroem-se em oposição: há quem tenha o estilo de vida certo e quem tenha o estilo de vida errado. Há os que "cuidam de si mesmos" — e os que não.

O problema desta moralização do corpo é que ignora sistematicamente o que está fora do controlo individual: a genética, as condições socioeconómicas, o acesso a alimentos frescos, o tempo disponível para exercício, as condições de trabalho, o stress crónico, os problemas de saúde. Uma pessoa com três empregos, dois filhos e duas horas de sono por noite não tem o mesmo "estilo de vida" disponível que um profissional liberal com ginásio no condomínio. Mas ambos são julgados pelo mesmo tribunal.

O espelho não julga circunstâncias. Julga resultados. E chama a isso objetividade.

Abdómens, batidos e outras patologias modernas

O abdómen definido é o Santo Graal do fitness contemporâneo. Não a saúde cardiovascular, não a mobilidade funcional, não a força suficiente para carregar as compras sem dores de costas — o abdómen. Aqueles músculos que, nas condições hormonais e genéticas certas e com uma percentagem de gordura corporal que para a maioria das pessoas é fisiologicamente difícil de atingir e manter, se tornam visíveis através da pele.

Para a grande maioria dos corpos adultos, a visibilidade abdominal exige um estado de alimentação restritiva que é incompatível com uma relação normal com a comida, com um ciclo hormonal saudável nas mulheres e com uma vida social que inclua jantares fora de casa sem transformar cada ementa numa equação de macronutrientes.

Mas o abdómen vende. Vende suplementos, programas de treino, aplicações, roupas de ginásio, fotografias de estilo de vida. E o que a indústria vende não é o abdómen — é a promessa do abdómen como transformação de identidade. Não estás a comprar músculos. Estás a comprar a versão de ti mesmo que finalmente se respeita, que finalmente tem disciplina, que finalmente "chegou lá".

Os batidos de proteína merecem menção especial. O batido de proteína é o dispositivo de pertença à tribo do fitness — a liturgia diária, o ritual de identificação. Há pessoas que bebem batidos de proteína sem necessidade fisiológica deles, apenas porque faz parte do vocabulário do estilo de vida que adotaram. O batido não é suplemento. É insígnia.

E depois há os superalimentos. A açaí. A spirulina. O matcha. O kefir. O caldo de osso. O ghee. Cada cinco anos a indústria descobre um novo alimento que vai resolver tudo o que os anteriores não resolveram e há um exército de pessoas informadas e bem-intencionadas que acredita, genuinamente, que a adição deste ingrediente específico vai fazer a diferença que todos os ingredientes anteriores não fizeram.

Não vai. Mas o próximo ingrediente vai.

A disciplina transformada em personalidade

Há um momento crítico no percurso do entusiasta do fitness em que a actividade física deixa de ser uma coisa que faz e se torna uma coisa que é. Deixa de "ir ao ginásio" e passa a ser "alguém que treina". A distinção parece pequena mas é fundamental: quando uma actividade se torna identidade, qualquer ameaça à actividade é uma ameaça à identidade. E as pessoas defendem as suas identidades com uma intensidade que raramente empregam em questões menos pessoais.

É aqui que a disciplina se torna tirânica — não sobre o corpo, mas sobre a vida em redor. O atleta amador que não falta a um treino mesmo quando há motivos razoáveis para faltar. Que recusa refeições fora do plano em jantares com amigos. Que viaja com a mala cheia de suplementos. Que organiza as férias em função da existência de ginásio. Que discute apaixonadamente os méritos relativos de diferentes protocolos de treino com pessoas que não pediram essa conversa.

Esta pessoa não tem mais saúde do que quem faz exercício moderado e come razoavelmente. Tem mais identidade investida num número — de repetições, de quilómetros, de percentagem de gordura corporal. E a identidade investida num número é frágil, porque os números mudam. O corpo envelhece. A lesão acontece. A vida interfere.

E quando interfere, a crise não é apenas física. É existencial. Porque o que desaparece não é apenas a rotina de treino. É a narrativa do eu.

CASO DE ESTUDO — O GONÇALO QUE PAROU DE BEBER

O Gonçalo parou de beber há dois anos e começou a correr maratonas. Isto foi, sem dúvida, uma melhoria objetiva na sua saúde e nas suas relações. O problema é que o Gonçalo substituiu uma obsessão por outra e não reparou.

O Gonçalo não consegue ter uma refeição sem calcular os hidratos. O Gonçalo recusa eventos sociais que coincidam com treinos longos. O Gonçalo fala de ritmo de corrida com a mesma intensidade com que antes falava de whisky. O Gonçalo está, tecnicamente, mais saudável. E continua a ser exactamente a mesma quantidade de insuportável.

A adição foi ao estilo de vida. O problema de fundo ficou.

Envelhecer sem pedir desculpa

O envelhecimento é o inimigo público número um da cultura do fitness. Não a doença — a doença tem alguma tolerância porque pelo menos não é culpa da pessoa. O envelhecimento não tem tolerância porque parece, na lógica do estilo de vida, uma escolha.

A indústria antienvelhecimento — que, note-se, é uma indústria de muitos milhares de milhões, não um conjunto de boas intenções — vende a ideia de que o envelhecimento é um processo que pode ser atrasado, contrariado e virtualmente derrotado com a combinação certa de produtos, tratamentos, hábitos e, crucialmente, determinação. Quem envelhece mal é quem não se esforçou o suficiente. Quem tem rugas é quem não hidratou. Quem perdeu tónus muscular é quem não treinou.

A mensagem implícita — nunca dita, sempre presente — é que um corpo envelhecido é um corpo descuidado. Uma escolha de baixa qualidade. Uma falha de gestão pessoal.

Esta mensagem é particularmente cruel com as mulheres, sobre quem recai uma pressão de manutenção da aparência que não tem paralelo masculino. Mas não poupa completamente os homens, que encontraram na "saúde" um véu aceitável para cobrir a mesma vaidade que sempre existiu — só que agora com vocabulário científico e uma box de suplementos entregue em casa.

O envelhecimento não é uma falha. É a prova de que o corpo funcionou durante tempo suficiente para envelhecer, o que é, estatisticamente, *o melhor cenário disponível*.

As rugas não são o registo do descuido. São o registo do tempo. E o tempo — este tempo específico, este conjunto de anos com as suas experiências, os seus fracassos, os seus jantares, os seus risos e as suas manhãs difíceis — não é um erro a corrigir.

A dignidade de aceitar a decadência

Vamos ser honestos sobre o que acontece ao corpo: deteriora-se. Não uniformemente, não em linha reta, não da mesma forma para toda a gente, mas deteriora-se. Os joelhos ficam menos confiáveis. As recuperações ficam mais lentas. O metabolismo negocia menos generosamente do que antes. O sono é mais difícil de atingir e mais fácil de perder. Partes do corpo que funcionavam em silêncio começam a fazer-se notar.

Isto não é falha. É biologia. E a única alternativa — manter o corpo em perfeito estado sem deterioração — não está disponível neste planeta.

A questão não é impedir a deterioração. A questão é o que se faz com ela.

A resposta da cultura do fitness é combatê-la: mais treino, melhor alimentação, suplementos, tratamentos, medicina preventiva, otimização constante. Há valor nisto — um corpo cuidado funciona melhor durante mais tempo e funcionar melhor é genuinamente bom. O problema é quando o combate à deterioração se torna o projecto central da vida. Quando o corpo deixa de ser o meio pelo qual se vive e se torna o objeto de toda a atenção.

Há uma alternativa. Não é resignação — é proporção. Cuidar do corpo com razoabilidade, sem transformar esse cuidado numa identidade nem numa guerra. Fazer exercício porque ajuda a dormir melhor, a ter mais energia, a carregar os filhos ao colo durante mais tempo. Comer de forma sensata porque a comida má em excesso faz sentir mal. E aceitar, depois disto, que o corpo vai fazendo o que os corpos fazem — com ou sem spirulina no batido da manhã.

Envelhecer com dignidade não é envelhecer sem resistência. É envelhecer sem vergonha. É chegar a um ponto — mais cedo ou mais tarde, conforme a pessoa — em que se decide que não se vai passar os anos restantes a pedir desculpa ao espelho por não corresponder a um padrão desenhado por uma indústria que lucra precisamente com a não correspondência.

O teu corpo não é um templo. Não é um projecto. Não é uma mensagem sobre quem és. É o sítio onde vives. Trata-o razoavelmente bem. E deixa-o em paz.

"Ter um corpo perfeito continua a não impedir ninguém de ser insuportável."

Capítulo 4

Saúde Mental: Sofrimento com Marca Registrada

Há dez anos, se alguém te dissesse que estava em terapia, havia uma ligeira pausa na conversa. Não necessariamente de julgamento — mas de surpresa. A terapia era uma coisa privada, um pouco séria, associada a problemas que não se discutiam em jantares.

Hoje, dizer que estás em terapia é quase obrigatório. Não tê-la é o que causa a pausa. "Não estás em terapia?" — dito com o tom de quem pergunta se não tens conta bancária. A terapia passou de estigma a credencial. De recurso de último recurso a acessório de adulto funcional e consciente.

Isto seria extraordinariamente positivo se significasse que mais pessoas estão a receber apoio genuíno para sofrimento genuíno. E em parte significa isso. Mas em parte significa outra coisa: que a linguagem, a estética e os rituais da saúde mental foram absorvidos pela cultura de consumo e transformados em produto, em identidade e em conteúdo.

E isso merece exame.

O mercado milionário da fragilidade

O mercado global de saúde mental — incluindo terapia, coaching, aplicações, livros de autoajuda, retiros, medicação e todos os produtos adjacentes — vale centenas de milhares de milhões de dólares e cresce todos os anos. Isto não é, em si, problemático. O sofrimento humano é real e os recursos para o tratar têm valor.

O problema é o que acontece quando o sofrimento se torna mercado. Quando há incentivo económico em que as pessoas se sintam mal. Ou, mais precisamente, em que as pessoas se identifiquem como alguém que precisa de intervenção. O mercado da fragilidade tem um interesse estrutural em expandir a definição de fragilidade.

Não é uma conspiração. É apenas o funcionamento normal do capitalismo aplicado ao sofrimento humano.

Funciona assim: o que era variação normal da experiência humana — tristeza ocasional, ansiedade situacional, conflito interpessoal, dificuldade de concentração, períodos de baixa energia — passa a ser tratado como sintoma. O sintoma precisa de

diagnóstico. O diagnóstico precisa de intervenção. A intervenção precisa de produto. O produto precisa de comprador convencido de que tem um problema.

O resultado é uma população crescente de adultos funcionais convencidos de que o seu funcionamento normal é uma patologia que requer gestão permanente. E um mercado crescente de profissionais, semiprofissionais, não-profissionais e francamente charlatões prontos a providenciar essa gestão.

Terapia como acessório social

A terapia real — a psicoterapia conduzida por profissional qualificado, com método clínico, com objetivos terapêuticos definidos e com um processo de fim quando esses objetivos são atingidos — é uma ferramenta com evidência robusta para o tratamento de problemas psicológicos reais. Depressão, ansiedade clínica, trauma, perturbações da personalidade. Quando funciona, muda vidas. Quando é indicada, deve ser usada.

O que estamos a discutir aqui não é isso.

Estamos a discutir a versão decorativa da terapia: a consulta semanal com um terapeuta simpático que escuta e valida, indefinidamente, sem objetivo clínico claro, sem evolução mensurável, sem fim em vista. A terapia como ritual de autocuidado. Como o ginásio, mas para os sentimentos. Como o equivalente emocional do batido de proteína — algo que se faz porque faz parte do estilo de vida de pessoa consciente, não porque há um problema específico a tratar.

Esta versão da terapia tem alguns problemas. O primeiro é que é cara. O segundo é que, sem objetivo clínico, pode perpetuar-se indefinidamente sem benefício proporcional — e o terapeuta tem incentivo económico em que isso aconteça, o que não é culpa individual do terapeuta, mas é uma tensão estrutural que a profissão raramente discute abertamente. O terceiro é que pode criar uma dependência de validação externa que é o oposto do que a terapia genuína deveria produzir: autonomia, não dependência.

SOBRE O COACHING

O coaching emocional é frequentemente terapia sem a formação, sem o enquadramento ético, sem a regulação profissional e com o dobro do preço. O coach não pode diagnosticar porque não tem habilitações para isso. Não pode tratar porque não tem formação para isso. Pode fazer perguntas e cobrar por elas.

Isto é um modelo de negócio notável. E perfeitamente legal.

Diagnósticos da moda

Cada época tem os seus diagnósticos de eleição. Não porque as condições sejam inventadas, a maioria descreve sofrimento real, mas porque há ciclos culturais de atenção que tornam certas categorias mais visíveis, mais usadas e, em alguns casos, mais desejadas do que outras.

Nos anos noventa era a depressão. No início dos anos dois mil, o burnout. Na última década, a ansiedade generalizou-se ao ponto de se tornar quase sinónimo de "sinto-me mal de formas que não sei especificar". O TDAH (Transtorno do Défice de Atenção e Hiperatividade) adulto explodiu em diagnósticos — em parte porque é genuinamente subdiagnosticado em adultos, em parte porque os critérios são suficientemente amplos para incluir qualquer pessoa que use o telemóvel com frequência e tenha dificuldade em acabar um livro. O trauma tornou-se um conceito tão expandido que passou a incluir experiências de desconforto moderado que as gerações anteriores teriam chamado simplesmente "a vida".

Isto não significa que as pessoas não sofrem. Sofrem. Significa que a linguagem clínica foi adotada por uma cultura que a usa como modo de dar sentido e estatuto ao sofrimento — e que esse uso tem consequências.

A consequência mais imediata é a inflação diagnóstica: quando toda a gente tem ansiedade, a palavra perde precisão. Quando todo o desconforto é trauma, o trauma perde especificidade. Quando qualquer distração é TDAH, as pessoas com TDAH clínico lutam para ser levadas a sério.

Ironicamente, a democratização do vocabulário clínico prejudica quem mais precisa dele.

Trauma transformado em identidade

"Eu sou uma pessoa ansiosa." "Tenho trauma de abandono." "O meu TDAH não me deixa." "Estou em burnout." Estas frases descrevem experiências reais. Mas há uma diferença entre descrever uma experiência e construir uma identidade à volta dela.

Quando o diagnóstico se torna identidade, o problema muda de estatuto: deixa de ser algo que a pessoa tem e passa a ser algo que a pessoa é. E o que se é não se trata — gere-se. Não se supera — acomoda-se. Não muda — define.

Há casos em que esta postura é apropriada. Há condições crónicas que não têm cura

e que requerem adaptação permanente. Mas há muitos outros casos em que a identidade diagnóstica serve outra função: organiza a narrativa do eu, fornece uma explicação para dificuldades que de outra forma seriam mais difíceis de gerir, cria pertença a uma comunidade de pessoas com a mesma etiqueta e — não é irrelevante — gera conteúdo.

Porque o trauma tornou-se conteúdo. Existe um género completo de narrativa nas redes sociais que se organiza em torno da partilha de sofrimento psicológico: a história de diagnóstico, o processo de descoberta, os dias maus, os dias de superação, a linguagem clínica usada como decoração. Este conteúdo tem audiência porque ressoa — muitas pessoas reconhecem experiências semelhantes nas histórias dos outros e o reconhecimento cria ligação.

O problema não é a partilha. O problema é quando a partilha substitui o tratamento. Quando documentar o sofrimento se torna mais satisfatório do que trabalhar para o reduzir. Quando a identidade de pessoa que sofre fornece mais retorno — em atenção, em validação, em sentido de pertença — do que a perspectiva de recuperação.

Algumas pessoas querem curar-se. Outras querem o sofrimento com melhor iluminação.

EXERCÍCIO DE MERDA

Pensa num problema psicológico que tens vindo a "trabalhar em terapia" há mais de dois anos. Pergunta-te: estou melhor do que estava? Se a resposta for sim, continua. Se a resposta for não — ou se a resposta for "é complicado, é um processo" há dezoito meses consecutivos — talvez valha a pena perguntar se o que estás a fazer é terapia ou é uma relação de dependência cara com validação semanal.

A pergunta não é confortável. É exactamente por isso que deve ser feita.

Entre o sarcasmo e o colapso nervoso

Uma clarificação necessária, antes de fechar o capítulo.

Tudo o que foi dito acima é sobre a indústria, sobre a performance, sobre o mercado. Não é sobre as pessoas que sofrem genuinamente — que são muitas e cujo sofrimento não é decorativo, não é conteúdo, não é acessório de estilo de vida.

A depressão clínica é real e debilitante. A ansiedade patológica é real e paralisa. O trauma genuíno é real e pode destruir a capacidade de funcionar. Há pessoas para quem a

terapia é a diferença entre conseguir e não conseguir levar uma vida habitável. Para essas pessoas, nada neste capítulo se aplica.

O que este capítulo critica é o sistema que rodeia o sofrimento — não o sofrimento em si. O mercado que lucra com a fragilidade. A linguagem terapêutica usada como decoração social. O diagnóstico como identidade estável em vez de ponto de partida para recuperação. O coaching sem habilitações vendido a preço de terapia. A performance do sofrimento como conteúdo.

O sarcasmo deste livro tem um limite claro: começa onde a indústria começa. E acaba onde o sofrimento é real.

A distinção, embora nem sempre fácil de fazer, importa. E quem está genuinamente a sofrer sabe, no fundo, de que lado da linha está — mesmo que a indústria trabalhe arduamente para obscurecer essa fronteira.

"Algumas pessoas querem curar-se. Outras só querem conteúdo."

Capítulo 5

Sonhos, Propósito e Outras Formas Sofisticadas de Ansiedade

Em algum momento entre o fim da adolescência e o início da vida adulta, alguém — um professor, um familiar, um livro, a cultura ambiente — plantou a seguinte ideia na tua cabeça: que tens um propósito. Que nasceste para qualquer coisa específica. Que há uma versão de ti mesmo que está à espera de ser descoberta, desbloqueada, libertada — e que o trabalho da tua vida é encontrá-la e realizá-la.

Esta ideia é bonita. É também uma fonte de ansiedade crónica para uma quantidade enorme de pessoas que passam décadas à procura de um propósito que não aparece — ou que aparece, brevemente e depois desvanece — e que concluem, cada vez que isso acontece, que o problema são elas. Que ainda não chegaram lá. Que ainda não descobriram quem realmente são.

O propósito tornou-se a gratidão da identidade: uma obrigação emocional vestida de aspiração.

A tirania do potencial

"Tens tanto potencial." Esta frase, dita com genuíno carinho por professores, pais e outras pessoas bem-intencionadas, é uma das mais pesadas que se pode carregar.

O potencial é, por definição, algo que ainda não se realizou. É futuro. É hipotético. É a versão melhorada que ainda está por vir. E quando se carrega o peso do potencial — quando se cresce a ouvir que se tem muito, que se é capaz de muito, que se pode fazer muito — estabelece-se uma distância permanente entre quem se é agora e quem se devia ser.

Esta distância é o motor da ansiedade de propósito.

Não se trata de incompetência. Muitas das pessoas mais ansiosas em relação ao propósito são exactamente as mais capazes — as que têm mais recursos, mais opções, mais hipóteses abertas. Paradoxalmente, é esta abundância de possibilidades que paralisa. Quando tudo é possível, a escolha de qualquer coisa específica implica renunciar a tudo o resto. E renunciar ao potencial não realizado é, para quem foi criado a acreditar nele, uma forma de fracasso.

O potencial não realizado é uma dívida que nunca se liquida porque o credor é imaginário. É a versão de ti mesmo que podias ter sido — que devias ter sido — e que existe apenas como padrão de comparação para tudo o que és de facto.

Não há forma de ganhar esta comparação. O potencial é sempre maior do que a realização. É a natureza do potencial.

O culto da grandeza pessoal

A indústria do propósito assenta numa premissa que raramente é questionada porque soa generosa: a de que toda a gente tem algo extraordinário para oferecer ao mundo. Que toda a gente tem um dom único, uma perspectiva única, um contributo único que só ela pode dar.

Isto é, em termos estatísticos, improvável.

A distribuição de talentos humanos — como a distribuição de qualquer outra característica — segue uma curva normal. A maioria das pessoas está no meio. Tem capacidades razoáveis, interesses razoáveis, possibilidades razoáveis. Não é extraordinária. Não tem um dom único que o mundo estava à espera. Não vai mudar a história nem deixar um legado que as gerações seguintes vão recordar.

E isso está perfeitamente bem.

O problema não é a mediocridade estatística — que, repita-se, é onde a maioria de nós se encontra e onde sempre se encontrou. O problema é a cultura que transformou a mediocridade em vergonha. Que fez da ordinariedade uma falha. Que convenceu pessoas funcionais, capazes, com vidas razoáveis e relações razoáveis e trabalho razoável de que isso não chega — de que há uma versão superior delas próprias que ainda não foi activada e de que a não ativação dessa versão é uma espécie de traição.

O culto da grandeza pessoal não eleva ninguém. Cria insatisfação crónica em quem nunca vai ser extraordinário — que é a maioria — e ansiedade de manutenção em quem ocasionalmente o é, porque a grandeza é difícil de sustentar e o mercado do propósito não tem espaço para a grandeza que cansou.

A obsessão por "deixar marca"

"Quero deixar marca." Esta frase aparece em entrevistas de emprego, em discursos de licenciatura, em perfis de LinkedIn e em conversas às três da manhã em que as pessoas

tentam perceber se a vida que estão a viver vale alguma coisa.

"Deixar marca" é a versão secular da imortalidade. A tentativa de garantir que a passagem pelo mundo não foi em vão — que houve impacto, que houve contributo, que alguém, em algum momento futuro, vai lembrar que se existiu e que essa existência fez diferença.

É uma necessidade humana compreensível. A consciência da própria mortalidade — a certeza de que este processo todo termina, que o tempo é finito, que nada do que se faz é permanente — é pesada. A ideia de legado alivia esse peso. Dá sentido à finitude.

O problema começa quando "deixar marca" deixa de ser um resultado possível de uma vida bem vivida e se torna o critério pelo qual a vida é julgada durante a sua ocorrência. Quando cada decisão é avaliada pela sua contribuição para o legado. Quando o presente é permanentemente sacrificado pelo futuro imaginado. Quando o jantar com amigos importa menos do que o projecto que vai ser lembrado. Quando os filhos são menos urgentes do que a startup. Quando o descanso é culpa porque não está a contribuir para a marca.

Este é o propósito como tirania: não como sentido, mas como exigência. Não como algo que emerge naturalmente da vida, mas como algo que se deve produzir deliberadamente, eficientemente, a tempo de ser partilhado antes que o algoritmo mude.

CASO DE ESTUDO — A INÊS QUE QUER MUDAR O MUNDO

A Inês tem vinte e oito anos e está no segundo projecto de impacto social depois de o primeiro não ter resultado. Não porque não trabalhasse — trabalhava setenta horas por semana, dormia pouco, comia mal, cancelou dois relacionamentos por falta de disponibilidade. Mas porque o projecto não escalou e escalar era o objetivo e sem escala não há impacto e sem impacto não há legado.

A Inês está agora a montar o segundo projecto com exactamente a mesma energia, o mesmo horário e a mesma certeza de que desta vez vai funcionar.

O que a Inês não percebe — o que ninguém à volta dela tem coragem de dizer — é que ela já está a fazer impacto. Na vida das pessoas que a rodeiam. De formas pequenas e sem escala e completamente invisíveis para o algoritmo. Mas o impacto não fotografável não conta no vocabulário do propósito. A Inês vai continuar a não dormir bem até aprender isto. Ou até não conseguir mais.

Ser banal sem vergonha

Há uma palavra que a cultura do propósito transformou em insulto: ordinário. Ser ordinário é ser sem interesse, sem valor, sem razão de existir. Ser ordinário é falhar o teste da vida contemporânea.

Mas a ordinariedade — a vida comum, não épica, não documentada, não escalável, não instagramável — é onde a maioria das experiências humanas genuinamente significativas acontece.

O amor que dura não é extraordinário. É ordinário: presença diária, paciência acumulada, escolha repetida de estar. A amizade que conta não tem momento de revelação cinematográfico. Tem horas gastas sem propósito, conversas sobre nada, disponibilidade sem agenda. O trabalho bem feito — não o trabalho revolucionário, o trabalho competente, o trabalho que resolve o problema que é suposto resolver — tem uma dignidade que não precisa de legado para se justificar.

A vida ordinária não é a vida falhada. É a vida na sua expressão mais comum e, frequentemente, mais honesta.

A vergonha da ordinariedade é um produto. É vendida por quem tem interesse em que te sintas insuficiente — porque a insuficiência compra cursos, livros, coaching, retiros, programas de desenvolvimento pessoal. O mercado do propósito precisa que nunca chegues ao propósito, porque se chegasses pararias de comprar.

Ser ordinário com método — fazer o trabalho razoavelmente bem, manter as relações com cuidado razoável, descansar suficientemente, não causar dano desnecessário — é uma realização que a maior parte da história humana teria reconhecido como suficiente.

Somos nós, agora, que decidimos que não chega.

EXERCÍCIO DE MERDA

Escreve numa folha o que consideras ser o teu propósito de vida. Se não consegues escrever nada, anota quanto tempo já passas preocupado com essa ausência. Soma o total em horas. Agora imagina o que teria acontecido se tivesses usado esse tempo a fazer bem aquilo que já fazes — o trabalho, as relações, o descanso. Provavelmente terias chegado ao mesmo sítio com menos ansiedade. E possivelmente teria sido suficiente.

A paz de não conquistar o mundo

No final desta primeira parte do livro — depois da gratidão obrigatória, da produtividade como religião, do corpo como projecto e do sofrimento como mercado — há uma proposta simples que percorreu todos estes capítulos sem nunca ser dita directamente.

A proposta é esta: és suficiente.

Não a versão futura de ti mesmo. Não a versão desbloqueada, realizada, com propósito encontrado e legado em construção. Tu, agora, tal como estás — com as tuas capacidades razoáveis, os teus interesses misturados, os teus dias bons e os teus dias maus, o teu corpo imperfeito e a tua cabeça barulhenta — és suficiente para levar uma vida que vale a pena ser vivida.

Isto não é um convite à estagnação. Crescer é bom. Aprender é bom. Melhorar é bom. Mas crescer porque queres, porque te faz bem, porque a direcção te interessa — não porque há uma versão superior de ti mesmo que te deve constantemente envergonhar por não teres chegado lá ainda.

A paz de não conquistar o mundo não é resignação. É a descoberta, frequentemente tardia e sempre surpreendente, de que o mundo que precisavas de conquistar era muito mais pequeno do que a indústria do propósito queria que parecesse. E que dentro desse mundo pequeno — as relações, o trabalho razoável, o descanso honesto, o prazer sem culpa — há mais do que suficiente para uma vida.

A maioria das pessoas não precisa de um propósito com letra maiúscula, missão declarada e slide de apresentação. Precisa de dormir melhor, de parar de comparar a sua vida interior com a apresentação exterior dos outros e de perceber que "suficiente" não é uma derrota.

É, na maior parte das vezes, exactamente o que basta.

"A maioria das pessoas não precisa de um propósito. Precisa de dormir melhor."

PARTE II - OS OUTROS

As pessoas são insuportáveis, incluindo tu

Capítulo 6

Amor Romântico: a Maior Operação de Marketing da História

O amor romântico é a maior operação de marketing da história porque é a única em que o produto não precisa de funcionar para que o consumidor continue a comprar. Toda a gente conhece alguém para quem correu mal — na verdade, toda a gente é alguém para quem correu mal pelo menos uma vez. E, no entanto, a procura mantém-se. Os perfis de aplicação são actualizados. O coração que devia saber melhor volta a abrir-se com uma confiança que à luz fria seria classificada de irresponsável.

Não é estupidez. É uma das coisas mais profundamente humanas que existe.

O problema não é o amor. O problema é tudo o que lhe foi acrescentado — a mitologia, o mercado, as expectativas de redenção, a ideia de que há algures uma pessoa certa que vai resolver o que o amor incerto não resolveu, que vai preencher o que as relações anteriores esvaziaram, que vai ser suficientemente parecida com a ficção para que finalmente valha a pena.

Não há essa pessoa. E a procura dela é o motor de uma parte substancial do sofrimento afetivo contemporâneo.

Apps de namoro e catástrofe emocional

A aplicação de namoro é o supermercado do desejo: um corredor longo com muitas opções, iluminação flattering e a ilusão de que, se esta não for a certa, há sempre outra atrás.

O modelo de negócio é notável na sua perversidade: a aplicação vende a promessa de encontrar o parceiro certo, mas estrutura a experiência de forma a que esse encontro seja difícil. A abundância de opções cria o paradoxo da escolha — quanto mais hipóteses, mais difícil é comprometer-se com qualquer uma. O modelo de scroll infinito garante que há sempre mais para ver, sempre a possibilidade de que a próxima pessoa seja ligeiramente melhor do que a actual. A gamificação do desejo — swipe, match, mensagem — produz o mesmo ciclo dopaminérgico que os jogos de casino, com resultados igualmente previsíveis.

O utilizador médio de aplicações de namoro não está à procura de um relacionamento. Está à procura da sensação de estar à procura de um

relacionamento, que é diferente e muito menos exigente.

Há um fenómeno que os investigadores chamam de dating app fatigue — o cansaço acumulado de apresentações que não passam da segunda conversa, de encontros que não passam do primeiro café, de investimento emocional repetido em pessoas que desaparecem depois de três mensagens. A maioria das pessoas que usa aplicações de namoro de forma intensa durante mais de seis meses reporta não apenas ausência de resultado, mas um deterioramento activo da capacidade de conexão genuína — como se o treino para o descartável tornasse o permanente mais difícil de imaginar.

As aplicações não são a causa do problema. São o sintoma mais visível de uma cultura afetiva que confunde disponibilidade com intimidade, variedade com profundidade e acesso com conexão.

EXERCÍCIO DE MERDA

Conta quantas pessoas tens na aplicação com quem trocaste mais de dez mensagens nos últimos seis meses. Agora conta quantas dessas conversas resultaram num encontro real. Agora conta quantos desses encontros resultaram em algo que reconheças como conexão. Se o resultado for próximo de zero em qualquer uma das etapas, a questão não é a aplicação. É o que estás realmente à procura — e se o estás à procura no sítio certo.

Ghosting como diplomacia moderna

O ghosting — o acto de desaparecer de uma relação sem explicação, cortando o contacto de forma unilateral e sem aviso — é frequentemente apresentado como um fenómeno novo, produto da era digital e da facilidade de bloquear e ignorar.

Não é. As pessoas sempre desapareceram de relações que não queriam continuar. O que é novo é a escala, a velocidade e, sobretudo, a normalização.

O que tornou o ghosting norma não foi a crueldade aumentada das pessoas, mas a diminuição do custo de desaparecer. Quando as relações existiam principalmente em contextos físicos — vizinhança, escola, trabalho, círculos sociais sobrepostos — desaparecer tinha consequências. Era provável encontrar a pessoa na segunda-feira. A reputação estava em jogo no grupo comum. Havia fricção suficiente para que a explicação, por mais desconfortável, fosse frequentemente o caminho de menor resistência.

Online, o custo é zero. Bloquear não dói. Ignorar não tem consequências visíveis.

E assim o ghosting tornou-se o modo de comunicação por defeito para situações afetivas sem resolução conveniente.

Há uma ironia que a cultura da comunicação não-violenta raramente menciona: o ghosting é, sob muitos aspetos, honesto. "Não quero continuar isto" é a mensagem — só que enviada em código de silêncio. O problema não é a mensagem. É a coragem que seria necessária para a dizer em voz alta — coragem que o ambiente digital tornou desnecessária e que a falta de prática tornou cada vez mais difícil de convocar.

O ghosting é a desonestidade de quem nunca aprendeu a dizer não. E prolifera porque vivemos numa cultura que ensina que os sentimentos dos outros são responsabilidade nossa — e que, portanto, é mais gentil desaparecer do que infligir a rejeição directa.

Não é mais gentil. É apenas mais conveniente para quem desaparece.

A pessoa certa e outras alucinações coletivas

A ideia da pessoa certa — da alma gémea, da outra metade da laranja, do amor predestinado que espera em algum lugar a ser descoberto — é uma das ficções mais persistentes e mais danosas da cultura ocidental.

Persistente porque responde a uma necessidade real: a de que o sofrimento afetivo tenha sentido. Se há uma pessoa certa, então as relações que não funcionaram não foram fracassos — foram etapas no caminho. O coração partido não foi desperdiçado — foi educado. A solidão não é um estado definitivo, é uma antecâmara.

Danosa porque cria uma expectativa de plenitude que nenhuma pessoa real pode cumprir. A pessoa certa não existe como entidade estável à espera de ser encontrada. Existe, quando existe, como construção — algo que se torna ao longo do tempo, com esforço, com escolha repetida, com capacidade de sustentar o que a paixão inicial não sustenta sozinha.

O amor romântico como o cinema o apresenta — intenso, inevitável, transformador, suficiente por si mesmo — dura em média entre dezoito meses e três anos, conforme o estudo. Depois disso, o que sobrevive não é o amor da ficção. É algo diferente, mais quieto, mais deliberado, que os que ficaram juntos tempo suficiente para o conhecer tendem a valorizar mais — mas que raramente aparece nos filmes porque é difícil de filmar.

A procura da pessoa certa, quando obsessiva, é frequentemente a procura de uma

solução externa para um problema interno.

O que falta não é o parceiro adequado. É a capacidade de estar razoavelmente bem sem depender de outro para isso — capacidade que a procura da "pessoa certa" adiada indefinidamente atrasa, não resolve.

Carência com filtro fotográfico

As redes sociais fizeram ao amor romântico o que fizeram a tudo o resto: transformaram-no em conteúdo.

O casal que publica o jantar de aniversário. A declaração escrita para ser lida por terceiros. A fotografia da escapadela de fim-de-semana com legenda sobre gratidão. O "quero que toda a gente saiba" que é, honestamente, "quero que toda a gente veja".

A exibição pública do romance não é nova — o casamento sempre foi um acto social, o namoro sempre teve dimensão de sinalização. O que é novo é a granularidade, a frequência e a confusão entre experienciar e documentar. Há casais que passam mais tempo a fotografar o jantar do que a comer. Há relações que se mantêm mais pela narrativa construída online do que pela realidade vivida offline — porque a audiência que investiu na história cria uma pressão de continuidade que tem pouco a ver com o amor e muito a ver com a consistência de marca.

E há a outra face: as pessoas solteiras que consomem esta exibição permanente de felicidade afetiva editada e concluem que estão a perder qualquer coisa fundamental — que toda a gente tem o que elas não têm, que há um modelo de relação disponível e acessível que elas simplesmente ainda não encontraram.

A carência alimenta-se do conteúdo. O conteúdo alimenta-se da carência. É um sistema fechado perfeitamente desenhado para que ninguém esteja completamente bem.

CASO DE ESTUDO — O CASAL PERFEITO DO INSTAGRAM

O André e a Sofia publicam uma fotografia por semana. Jantares, viagens, momentos espontâneos que claramente não foram espontâneos porque há uma fotografia deles. A legenda é invariavelmente sobre gratidão, crescimento conjunto ou "o meu lugar favorito é ao teu lado".

O André e a Sofia separaram-se. A última fotografia foi publicada duas semanas antes. Tem trezentos e quarenta likes e comentários do tipo "você são o casal que quero ter". O André e a

Sofia não publicaram a separação porque não sabem como encaixá-la na narrativa que construíram.

A audiência ainda não sabe. Alguns seguidores continuam a guardar a fotografia como referência de relação a alcançar.

Amar alguém sem enlouquecer completamente

Depois de tudo isto — as aplicações, o ghosting, a pessoa certa, o conteúdo — há uma pergunta razoável: então o amor é uma fraude?

Não. O amor é real. É uma das experiências mais consistentemente relatadas ao longo da história humana em todas as culturas. Não é uma invenção do mercado, não é uma construção social recente, não é uma ilusão que o cinismo desfaz. É real e, quando funciona, é uma das coisas mais úteis que existe para fazer a vida suportável.

O que é uma fraude é a versão de marketing do amor — a que promete plenitude, a que pressupõe pessoa certa, a que transforma o outro em solução para o próprio, a que confunde intensidade com solidez, a que mede o amor pela quantidade de sofrimento que produz quando termina.

Amar alguém sem enlouquecer completamente requer competências que raramente são ensinadas e que o mercado do amor romântico tem interesse em suprimir: a capacidade de estar razoavelmente bem sozinho antes de estar com alguém; a capacidade de comunicar desconforto sem pressupor catástrofe; a capacidade de distinguir o que o outro é do que precisamos que seja; e a capacidade — a mais difícil — de aceitar que o amor não resolve nada que não esteja já parcialmente resolvido antes de ele aparecer.

O amor que funciona não é o que preenche o vazio. É o que encontra dois vazios suficientemente compatíveis para coexistirem sem se destruírem mutuamente.

Isto é menos romântico do que a ficção.

É também, para quem o conhece, muito melhor.

"Toda a paixão intensa acaba por discutir sobre loiça."

Capítulo 7

Casamento: a Arte de Dividir Trauma e Despesas

O casamento é uma instituição que sobreviveu milénios não porque seja natural — não é — mas porque resolve problemas práticos de forma eficiente: divisão de recursos, criação de filhos, organização da herança, coordenação logística de duas vidas que de outra forma precisariam de negociar tudo do zero em permanência. É, na sua essência, um contrato. Um contrato com componente emocional significativa, mas um contrato.

O problema começou quando decidimos que devia ser mais do que isso. Que devia ser realização. Que devia ser a conclusão da busca da pessoa certa. Que a cerimónia era um começo e não, como frequentemente é, o pico emocional de um processo que depois segue de forma consideravelmente menos fotogénica.

Ninguém filma o décimo quinto ano de casamento. E é exactamente aí que a coisa fica interessante.

O romantismo como armadilha contratual

O casamento romântico — o casamento por amor, por escolha, por afinidade — é uma invenção relativamente recente. Durante a maior parte da história humana, o casamento era uma aliança económica, política ou familiar. O afeto era bem-vindo mas não era requisito. A estabilidade era o objetivo. A compatibilidade era avaliada em termos de recursos e família, não de valores partilhados e comunicação saudável.

A ideia de que se deve casar com quem se ama — e que esse amor é condição suficiente para a decisão — tem aproximadamente dois séculos. É suficientemente recente para ser questionada e suficientemente estabelecida para parecer natural.

O problema desta ideia não é o amor. É a expectativa que cria: a de que o amor é suficiente para sustentar uma relação longa. Que o que se sente no início — a intensidade, a atração, o prazer da novidade, a sensação de ser completamente compreendido por alguém que ainda não tem informação suficiente para te perceber realmente — é uma indicação fiável do que vai acontecer a seguir.

Não é. A atração inicial é um estado neurológico com duração limitada. O que vem depois — a convivência real, os hábitos expostos, os defeitos sem edição, os dias maus

sem audiência — é outra coisa completamente diferente. E é esta outra coisa que o casamento, na sua dimensão prática, é efetivamente sobre.

Casar apaixonado é razoável. Esperar que a paixão inicial seja a base estrutural do que se segue é otimismo estatisticamente mal informado.

SOBRE O CASAMENTO COMO PROJECTO

A diferença entre casamentos que duram e casamentos que terminam raramente é a intensidade do amor inicial. É a capacidade — ou incapacidade — de dois adultos específicos negociarem a vida quotidiana sem acumularem ressentimento suficiente para tornar a presença um do outro insuportável. Isto é menos fotogénico do que um casamento na praia ao pôr do sol. É também mais determinante.

Pequenas guerras domésticas

Existe uma tese não escrita — mas amplamente partilhada entre pessoas casadas há tempo suficiente para serem honestas — de que a maioria das discussões conjugais não é sobre o que parece ser.

A discussão sobre quem deixou o prato na mesa de apoio não é sobre o prato. É sobre respeito, sobre reciprocidade, sobre a sensação acumulada de que o esforço não é distribuído de forma equitativa, sobre velhos padrões de uma relação anterior ou de uma família de origem que ninguém identificou ainda. O prato é o pretexto. O prato é o último de uma série de pratos que ninguém discutiu individualmente, mas que, somados, produziram um volume de ressentimento suficiente para que este prato específico, neste momento específico, seja a gota.

As pequenas guerras domésticas são o mecanismo pelo qual casamentos que não têm espaço para conflito direto e honesto processam a tensão que acumula inevitavelmente quando duas pessoas vivem juntas tempo suficiente. A discussão sobre o prato, sobre a temperatura do quarto, sobre como se dobra a roupa, sobre a forma correcta de carregar a máquina de lavar — estas são as formas que o conflito toma quando o conflito real é demasiado grande ou demasiado assustador para ser dito directamente.

O que não se diz não desaparece. Fica no prato em cima da mesa de apoio, à espera de companhia.

A investigação sobre conflito conjugal — nomeadamente o trabalho de John

Gottman, que passou décadas a observar casais em laboratório — mostra que não é a existência de conflito que distingue casamentos estáveis de casamentos em colapso. É a forma como o conflito é gerido. Casamentos com discussões frequentes, mas com capacidade de reparação — de reconhecer o erro, de voltar à conversa, de não guardar rancor como reserva estratégica — tendem a ser mais duráveis do que casamentos aparentemente tranquilos onde o conflito foi suprimido até atingir dimensão insuportável.

O silêncio não é paz. É frequentemente apenas conflito com melhor educação.

A erosão erótica da convivência

Existe um assunto que os casais casados há mais de cinco anos raramente discutem em público porque a honestidade sobre ele é socialmente inconveniente: o desejo diminui com a convivência. Não necessariamente o afeto, não necessariamente o amor no sentido mais amplo — mas o desejo, aquela coisa específica e urgente que a ficção romântica apresenta como o sinal de que a relação é verdadeira.

Isto não é uma falha da relação. É biologia. O sistema de recompensa neurológica que produz a atração intensa funciona em resposta à novidade. O familiar, por definição, não é novo. E o familiar torna-se progressivamente mais familiar com cada ano de convivência.

A pornografia do amor romântico — incluindo o cinema, as séries, os romances, a ideia cultural dominante do que o amor deve parecer — apresenta a paixão intensa como estado permanente e a sua diminuição como sinal de problema. O resultado é que casais perfeitamente normais, com relações perfeitamente saudáveis, passam anos a preocupar-se com o facto de já não se sentirem como no início — como se o início fosse o padrão e tudo o que se segue fosse declínio.

O início não é o padrão. É o estado de exceção. O que vem depois é a relação.

Manter o desejo numa relação longa é possível, mas requer esforço deliberado que a ficção romântica não menciona porque não é glamouroso. Requer comunicação sobre o que funciona e o que deixou de funcionar. Requer disponibilidade para a experimentação e para o desconforto de pedir o que se quer. Requer, acima de tudo, a aceitação de que o erótico e o familiar são forças que trabalham em direcções opostas — e que a tensão entre elas não é um problema a resolver mas uma condição a gerir.

Ninguém diz isto no discurso de casamento. Devia.

EXERCÍCIO DE MERDA

Pensa na última vez que tiveste uma conversa com o teu parceiro que não foi sobre logística — filhos, despesas, agenda, compras, reparações, decisões domésticas. Se não consegues lembrar quando foi, não é porque não tens tempo. É porque a logística colonizou o espaço onde a relação vivia. Marca uma conversa sem agenda. Não para resolver nada. Apenas para ver se ainda sabes como funcionar.

Amar é tolerar ruídos estranhos

Há uma dimensão do casamento que ninguém antecipa com precisão suficiente: a intimidade física da convivência prolongada. Não a intimidade erótica — essa é discutida, antecipada, imaginada. A outra intimidade. A dos ruídos, dos cheiros, dos hábitos involuntários, dos rituais privados que existiam antes da relação e que emergem progressivamente à medida que a guarda baixa.

O parceiro que range os dentes de noite. Que faz um som específico ao mastigar. Que tem um ritual matinal de quarenta minutos na casa de banho que nunca foi mencionado durante o namoro. Que dobra as meias de forma que só pode ser descrita como deliberadamente errada. Que, ao contrário do que foi implicitamente prometido pelo facto de ser adulto funcional, não sabe onde fica o frigorífico quando está com sono.

Estes detalhes são, individualmente, completamente irrelevantes. Coletivamente, ao longo de anos, constituem a textura real da convivência. E a convivência real — não a versão dos fins-de-semana de namoro, não a versão das férias onde tudo é diferente e, portanto, tudo é tolerável — é o teste real de qualquer relação.

Há pessoas com quem se consegue viver. E há pessoas com quem não se consegue, apesar de tudo o resto funcionar. A distinção é mais importante do que parece e raramente é feita antes de ser tarde.

A tolerância aos ruídos estranhos não é resignação nem ausência de alternativas. É, nas relações que sobrevivem ao tempo com alguma graça, uma forma de afeto. Uma decisão, renovada silenciosamente com cada ranger de dentes, de que este conjunto específico de irritações é preferível à ausência desta pessoa específica.

Isto é amor. Não o amor do cinema. O outro.

Como sobreviver sem homicídio

Há estratégias. Não glamorosas, não instagramáveis, não compatíveis com a narrativa do amor romântico — mas funcionais.

A primeira é a mais simples e a mais ignorada: ter vida própria dentro da vida comum. O casamento que exige fusão total — que interpreta o interesse do parceiro noutras amizades, noutros espaços, noutros projetos como ameaça em vez de como saúde — está a confundir dependência com amor. As pessoas que conseguem existir separadamente são, paradoxalmente, mais capazes de existir juntas. Porque não carregam sobre o outro o peso de ser tudo.

A segunda é a distinção entre o que é negociável e o que não é. Todas as relações longas têm pontos de atrito permanente — diferenças de temperamento, de hábito, de prioridade que não vão desaparecer porque o outro as adote ou as abandone. Insistir em mudar o que é estrutural é desperdiçar energia que podia ser gasta em tudo o resto. Aceitar que há coisas que não vão mudar — e decidir se se consegue viver com elas — é mais útil do que a maioria das terapias de casal.

A terceira é a mais difícil: a reparação. A capacidade de, depois do conflito, voltar à conversa sem a usar como munição. De pedir desculpa sem o fazer como preâmbulo para a contra-acusação. De reconhecer o que foi dito em excesso sem catalogar o que o outro também disse de mais. A reparação é a competência que distingue os casamentos que duram com alguma qualidade dos que duram por inércia e dos que terminam.

E depois há a IKEA. A montagem conjunta de móvel em flat-pack é, sem exagero, um dos testes mais fiáveis de compatibilidade de longo prazo disponíveis. Não pela dificuldade técnica — que é considerável, mas não intransponível. Pela combinação específica de instrução ambígua, peça mal identificada, tempo limitado e decisão de quem lidera o processo que produz, em qualidade e velocidade controladas, exactamente o tipo de conflito que a relação vai enfrentar pelo resto da vida.

Casais que montam móveis IKEA juntos sem baixas têm o que é preciso. Os outros têm pelo menos uma boa história.

O casamento não é o fim de qualquer coisa nem o começo de qualquer coisa. É um acordo — renovado ou não, confortável ou não, com mais ternura ou com mais atrito conforme o ano — de que dois adultos específicos escolhem, por razões que podem mudar e frequentemente mudam, continuar a existir no mesmo espaço.

Não é épico. É humano. E o humano, bem gerido, é suficiente.

*"O verdadeiro amor é continuar casado depois de montar móveis
juntos."*

Capítulo 8

Família: o Grupo de WhatsApp do Destino

A família é o único grupo social ao qual pertences sem candidatura, sem entrevista, sem período experimental e sem cláusula de saída razoavelmente aceite pela sociedade. Nascestes e já eras membro. Não escolheste os outros membros. Não escolheste os valores, os hábitos, os traumas herdados, as dinâmicas instaladas antes de teres idade para percebê-las, muito menos para as questionar.

E no entanto — e aqui está a parte notável — existe uma expectativa cultural poderosa de que deves não apenas tolerar este grupo não escolhido, mas amá-lo. Profundamente. Incondicionalmente. E, se possível, jantares com ele uma vez por semana.

O grupo de WhatsApp da família é o símbolo perfeito desta obrigação: estás lá, não pediste para estar, não podes sair sem consequências diplomáticas e há sempre alguém a partilhar um vídeo que não pediste.

Sangue não é argumento

Existe uma frase que é usada para justificar uma quantidade notável de comportamento inaceitável: "é da família". Como se o parentesco fosse um cheque em branco para invasão, julgamento, chantagem emocional e opiniões não solicitadas sobre as tuas escolhas de vida.

"É da família" justifica o tio que pergunta, em cada encontro, quando é que te vais casar — e depois, quando te casas, quando é que vêm os filhos — e depois, quando vêm os filhos, se não são muitos ou se não são poucos, se estás a criar bem ou se vão ficar mimados. "É da família" justifica a mãe que telefona a horas inapropriadas e interpreta a não comparência imediata como evidência de que algo está errado na relação. "É da família" justifica a sogra que tem opinião sobre a decoração da tua casa, a organização da tua cozinha e o peso que ganhaste desde o último Natal.

A lógica do sangue como argumento é curiosa porque não se aplica a mais nenhuma relação. Se um amigo se comportasse como o tio, eliminaríamos o amigo. Se um colega de trabalho fizesse perguntas com o mesmo nível de invasão, haveria uma conversa com recursos humanos. Se um desconhecido na rua comentasse o teu peso, seria um problema

policial.

Mas é da família, portanto aguentas. E sorris. E dizes que está tudo bem quando não está.

O sangue não é argumento. É um facto biológico. O afeto — o respeito, a consideração, o cuidado genuíno pelo bem-estar do outro — não está incluído no código genético. Tem de ser construído, como em qualquer outra relação. E quando não é construído, ou quando é destruído por padrões de comportamento que em qualquer outro contexto não seriam tolerados, o parentesco por si só não o substitui.

Partilhar ADN não substitui carácter. Esta frase simples, que parece óbvia quando dita em voz alta, é revolucionária para uma quantidade surpreendente de pessoas que passaram a vida a aceitar o contrário como facto.

Almoços de domingo e tortura psicológica

O almoço de família é uma instituição com uma duração média de três a quatro horas e um potencial de dano psicológico que essa duração não reflecte adequadamente. Em três a quatro horas, com as pessoas certas — ou erradas — é possível acumular material para anos de terapia, desfazer o progresso de meses de trabalho pessoal e sair com a certeza renovada de que escolheste mal a profissão, o parceiro, o bairro onde moras e o número de filhos que tens ou não tens.

A estrutura do almoço de família é invariável, independentemente da família específica. Há a chegada, com a saudação e o comentário imediato sobre o aspeto físico de quem chegou — o que é, nota-se, completamente aceitável no contexto familiar e completamente inaceitável em qualquer outro. Há a fase de atualização, onde cada membro reporta o estado actual da sua vida para avaliação colectiva. Há a comida, que serve de desculpa para a continuação da conversa, mas que ninguém está realmente a saborear porque está ocupado a gerir as conversas paralelas. Há a sobremesa, onde a energia baixou o suficiente para que os tópicos mais polémicos — política, religião, futebol, dinheiro, as escolhas de vida de qualquer membro ausente — possam emergir com menos contenção. E há a despedida, que demora pelo menos quarenta e cinco minutos e acontece à porta, no corredor, no carro, junto ao carro e eventualmente por mensagem quando já estás a chegar a casa.

A cena repete-se com frequência suficiente para ser costume e com irregularidade

suficiente para que cada vez que acontece seja uma surpresa ligeiramente diferente do que se esperava.

CASO DE ESTUDO — O ALMOÇO DE NATAL DA FAMÍLIA SILVA

São treze pessoas à mesa. O avô está surdo de um ouvido e compensa falando mais alto. A tia Conceição trouxe o namorado novo que ninguém aprova, mas ninguém menciona directamente. O primo Filipe está em modo provocação desde o aperitivo, provavelmente porque leu alguma coisa na internet. A mãe fez três pratos diferentes para acomodar as restrições alimentares declaradas e não declaradas dos presentes.

Às 14h27, o primo Filipe menciona as eleições. O avô responde. A tia Conceição discorda do avô. O namorado da tia Conceição tenta mediar e piora. A mãe pede que não se fale de política. Alguém menciona o dinheiro que o governo gasta. Alguém responde. A criança mais nova começa a chorar por razões não relacionadas, mas com timing perfeito.

Às 15h15, o assunto mudou para os vizinhos da avó. A temperatura baixou. O nível de açúcar do sangue subiu com a sobremesa. A crise passou. Até ao próximo ano, com exactamente as mesmas pessoas nas mesmas posições.

Pais especialistas em culpa

Os pais têm uma habilidade específica que nenhuma formação confere, mas que a maioria desenvolve naturalmente ao longo de décadas de prática: a produção de culpa. Não necessariamente culpa intencional — a maioria dos pais que produz culpa não está consciente de o fazer, o que é simultaneamente reconfortante e não alivia nada.

A culpa parental opera em vários registos. Há o registo directo: "depois de tudo o que fizemos por ti." Frase que funciona como um balanço contabilístico retroativo em que todos os investimentos parentais — os financeiros, os emocionais, os logísticos, os sacrifícios reais e os sacrifícios imaginados — são apresentados como dívida pendente que o filho deve honrar com obediência, presença e conformidade às expectativas.

Há o registo indirecto: o suspiro, o silêncio calculado, a frase que começa, mas não termina, o "não, está bem, vai à tua vida" que não significa nada parecido com isso. Este registo é tecnicamente mais difícil de identificar e confrontar porque não diz nada que possa ser contestado directamente. É uma comunicação em modo de frequência que só o destinatário capta completamente e que lhe deixa a sensação de ter feito algo errado sem conseguir especificar o quê.

Há também o registo comparativo: o primo que ligou ontem, o vizinho que visita os pais todas as semanas, o filho de uma amiga da mãe que é médico e ainda assim encontra tempo para o jantar de família. Este registo é particularmente eficaz porque funciona por implicação — nunca diz directamente que és insuficiente, apenas apresenta a evidência e deixa a conclusão ao teu cuidado.

A culpa parental não é, na maioria dos casos, uma estratégia consciente de manipulação. É o mecanismo pelo qual pessoas que amam genuinamente, mas que não têm outra ferramenta disponível tentam manter a proximidade que sentem a diminuir.

Compreender isto ajuda. Não elimina a culpa, mas clarifica a sua origem — e clarificar a origem é o primeiro passo para decidir o que fazer com ela.

Tios com opiniões nucleares

Se os pais produzem culpa com alguma sofisticação acumulada ao longo de décadas, os tios produzem opinião com uma confiança que não requer qualquer base de informação. O tio tem opinião sobre a tua carreira sem conhecer o teu sector. Sobre o teu relacionamento sem conhecer o teu parceiro além dos almoços. Sobre a tua saúde com base em uma observação visual de trinta segundos. Sobre a política nacional com uma certeza que os especialistas dedicam a vida inteira a não ter.

O tio com opinião nuclear é um fenómeno democrático — existe em todas as famílias, em todas as classes sociais, em todas as culturas. Muda de nome e de sotaque mas é sempre reconhecível: é o que fala com mais convicção sobre os assuntos que conhece menos e que interpreta o silêncio dos outros como concordância.

Há uma explicação para este fenómeno que não é a estupidez — embora a estupidez não esteja completamente ausente. É a posição social dentro do grupo familiar. O tio mais velho tem estatuto de patriarca ou matriarca informal — uma autoridade que deriva da antiguidade, não da competência. Nas gerações anteriores, esta autoridade era funcional: os mais velhos tinham efetivamente mais experiência relevante para as decisões que as famílias tomavam. Hoje, em contextos de mudança rápida onde a experiência de há trinta anos tem aplicabilidade limitada ao presente, a autoridade sobreviveu à competência que a justificava.

O resultado é o tio que opina sobre startups, redes sociais e relações abertas com

a mesma confiança com que o avô opinava sobre a colheita do milho. O assunto mudou. A confiança manteve-se.

A resposta mais eficaz ao tio com opinião nuclear não é o contra-argumento — que ele interpretará como desrespeito e usará para se vitimizar. É a concordância estratégica superficial seguida de mudança de assunto. "Tens razão, tio" dito com entoação suficientemente vaga para não comprometer ninguém com nada específico, seguido de uma pergunta sobre futebol ou sobre a saúde de alguém que não está presente.

Não é honesto. É sobrevivência familiar. A distinção é importante.

EXERCÍCIO DE MERDA

No próximo encontro familiar, conta quantas vezes recebes uma opinião que não pediste sobre as tuas escolhas de vida. Não respondas a nenhuma delas. Observa se alguém nota. A maioria não nota, porque a maioria não estava à espera de resposta — estava apenas a exercer o privilégio da opinião familiar. O silêncio não é submissão. É conservação de energia para o que realmente importa.

O direito humano de desaparecer cedo

Há um direito que ninguém declara oficialmente mas que toda a gente que sobreviveu a suficientes encontros familiares reconhece como necessário: o direito de desaparecer cedo.

Não de forma abrupta — isso tem custos diplomáticos desproporcionados. Mas com antecedência planeada, com desculpa preparada e com a decisão prévia de que este encontro específico vai ter uma duração definida que não vai ser negociada no momento.

O desaparecer cedo é frequentemente interpretado pelos que ficam como rejeição, como falta de interesse, como sinal de que não aprecias a família. Esta interpretação está errada, mas é difícil de corrigir sem entrar numa conversa sobre limites que a família em questão pode não estar equipada para ter.

A alternativa é a presença prolongada e ressentida — ficar além do ponto de conforto por obrigação social, acumular irritação que vai contaminar as interações e sair com uma sensação de ter falhado a ti mesmo por não teres conseguido dizer não a tempo.

Presença de qualidade durante duas horas é melhor do que presença de má qualidade durante cinco. Mesmo que a família não o reconheça imediatamente.

O amor pela família e os limites com a família não são opostos. São, quando ambos funcionam bem, a condição um do outro. Amar com limites é amar de forma sustentável — de forma que pode continuar sem produzir o ressentimento que eventualmente destrói a relação que se tentava preservar.

A família que só aceita amor ilimitado e sem condições não está a pedir amor. Está a pedir submissão. E a submissão — mesmo bem-intencionada, mesmo disfarçada de dever familiar — não é uma base para relações que durem com qualidade.

Podes amar a tua família. Podes fazê-lo à distância que precisas. Podes aparecer nos momentos que importam e desaparecer nos que não importam. Podes dizer não ao almoço de domingo ocasional sem isso ser uma declaração de guerra ou um abandono.

O grupo de WhatsApp continua lá. Podes silenciá-lo. Ninguém vai morrer.

"Partilhar ADN não substitui carácter."

Capítulo 9

Amizade: Muitos Ficam por Preguiça Emocional

Há uma pergunta que os adultos raramente fazem porque a resposta é incômoda: quantos dos teus amigos actuais escolherias se os conhecesses hoje, pela primeira vez, sem o peso da história partilhada?

Não é uma pergunta cruel. É uma pergunta honesta sobre a diferença entre amizade e inércia. Entre pessoas com quem tens uma relação genuína e pessoas com quem tens uma relação histórica — que não é a mesma coisa, embora frequentemente se confunda.

A amizade adulta é mais complicada do que a cultura popular sugere. Os filmes e as séries de televisão apresentam grupos de amigos coesos, divertidos, disponíveis, com conversas que avançam e dificuldades que se resolvem em conjunto. A realidade é mais silenciosa, mais espaçada, mais ambígua. As amizades adultas sobrevivem maioritariamente no modo standby: existem, são valorizadas abstratamente e são ativadas em intervalos cada vez mais longos por razões cada vez menos específicas.

*A maioria das pessoas tem mais amigos do passado do que amigos do presente.
E chama a ambos pelo mesmo nome.*

Amigos de infância e cadáveres afetivos

O amigo de infância ocupa uma posição especial na mitologia da amizade: é o amigo verdadeiro, o que te conhece de antes de seres quem és agora, o que tem acesso à versão de ti que existia antes das defesas, das performances, das identidades construídas ao longo da vida adulta.

Esta ideia é bonita. É também, com frequência, uma ficção sustentada mais pelo sentimentalismo da memória do que pela realidade do presente.

O problema com o amigo de infância é que as pessoas mudam. Não apenas em superfície — em valores, em prioridades, em forma de ver o mundo, em tipo de vida que constroem e que querem. O Miguel com quem andavas na escola primária e o Miguel de quarenta e dois anos são pessoas diferentes que partilham um nome e uma história. A história é real. A continuidade de identidade é parcialmente ficção.

E no entanto, a amizade mantém-se. Não porque haja afinidade genuína no presente — pode havê-la, mas frequentemente não há — mas porque terminar uma amizade de vinte e cinco anos parece um acto de uma violência desproporcionada ao que realmente se está a encerrar: uma relação que já morreu, mas que ainda não foi enterrada.

O cadáver afetivo é a amizade que sobreviveu à afinidade. Existe em modo de manutenção. encontros periódicos que confirmam que a relação ainda é tecnicamente viva sem que ninguém verifique se ainda está a respirar.

Reconheces o cadáver afetivo por algumas características: a conversa que começa sempre pelo mesmo ponto porque é o único ponto em comum que ainda existe; a sensação, ao fim de duas horas, de que nada de novo foi dito que não tivesse sido dito no encontro anterior; a ausência de curiosidade genuína sobre a vida actual do outro — as perguntas existem mas as respostas não chegam a importar; e o alívio, ligeiro, mas real, quando o encontro termina.

CASO DE ESTUDO — O HÉLDER E O RODRIGO

O Hélder e o Rodrigo são amigos desde os dez anos. Viram-se crescer, estiveram nos casamentos um do outro, conhecem as versões antigas que ninguém mais conhece. Jantam juntos quatro vezes por ano, aproximadamente.

Em cada jantar, falam do mesmo: o trabalho que cansa, os filhos que crescem, a política que está um caos, a saudade de quando as coisas eram mais simples. A conversa é confortável na medida em que é previsível. Ninguém aprende nada novo sobre o outro. Ninguém tenta.

O Hélder e o Rodrigo não são amigos. São testemunhas do passado um do outro. É uma coisa diferente, tem o seu valor próprio e não precisa de ser chamada pelo mesmo nome para ser respeitada.

Conversas repetidas há quinze anos

Há um diagnóstico simples para a amizade por inércia: conta quantas conversas novas tiveste com essa pessoa nos últimos dois anos. Não novas no sentido de assuntos diferentes — as circunstâncias mudam, os tópicos variam. Novas no sentido de perspetivas que não tinhas ouvido antes, de perguntas que te fizeram pensar de forma diferente, de um encontro que te deixou com qualquer coisa que não tinhas quando chegaste.

As amizades vivas têm isto. As amizades em modo de manutenção têm o conforto da repetição — que é genuíno, tem o seu lugar — mas não têm o movimento. São estáticas.

São o equivalente relacional de uma televisão ligada para fazer companhia: presença sem conteúdo, som sem informação.

A conversa repetida há quinze anos é reconhecível pela sua estrutura: começa por uma actualização de estado (trabalho, família, saúde, situação geral), passa por um tópico de indignação partilhada (o governo, o trânsito, os preços, os jovens de hoje ou os velhos de antes, conforme a idade dos intervenientes) e fecha com alguma variante de "temos de nos ver mais vezes" que nenhum dos dois vai implementar porque se se vissem mais vezes não haveria mais nada para dizer.

"Temos de nos ver mais vezes" é a frase mais honesta das amizades gastas: é ao mesmo tempo verdade e mentira, intenção e despedida, forma de terminar uma conversa sem a fechar.

Ninguém é culpado. As vidas divergiram. Os interesses divergiram. A energia disponível para manter relações é finita e a vida adulta tem muitas solicitações sobre ela. O que seria necessário para revitalizar a amizade — tempo, esforço, exposição genuína, risco de ser visto de forma diferente do que a imagem histórica congelada — é mais do que qualquer uma das partes está disponível para investir.

Isto não é tragédia. É apenas o que acontece à maioria das amizades ao longo do tempo.

A diferença entre companhia e intimidade

Uma das confusões mais comuns na vida social adulta é a confusão entre companhia e intimidade. São coisas diferentes que servem funções diferentes e que não se substituem mutuamente — mas que frequentemente são tratadas como se fossem a mesma coisa.

A companhia é presença. É ter com quem ir ao cinema, ao jantar, a um concerto. É não estar sozinho num evento social. É ter um número de telemóvel para contactar quando há um plano que precisa de mais uma pessoa. A companhia é genuinamente útil e tem o seu valor — mas é uma relação essencialmente funcional.

A intimidade é outra coisa. É a capacidade de ser visto sem edição — de mostrar a versão não curada, com as dúvidas, os medos, as contradições, as partes que não aparecem nas redes sociais nem nos jantares onde há gente a conhecer. É a reciprocidade desta exposição — ser visto e ver o outro, igualmente. É a confiança de que o que é partilhado neste espaço não vai ser usado como munição nem vai mudar fundamentalmente a

percepção que o outro tem de ti.

A intimidade é rara. A companhia é comum. E a solidão mais específica da vida adulta não é a ausência de companhia, é a ausência de intimidade no meio de tanta companhia.

É possível ter uma agenda social cheia, um círculo de conhecidos extenso, eventos frequentes — e sentir uma solidão específica e difícil de nomear que não é aliviada por mais eventos nem por mais conhecidos. Esta solidão é o sintoma da ausência de relações com intimidade suficiente.

A cura não é mais companhia. É menos companhia de menor qualidade e mais investimento nas relações que têm potencial para aprofundar. O que, na prática, significa dizer não a muita coisa para poder dizer sim com presença real a algumas coisas.

O talento adulto de desaparecer

Existe um talento que se desenvolve naturalmente com a idade e que ninguém ensina explicitamente: o talento de desaparecer de relações que já não funcionam sem declarar o desaparecimento.

Na adolescência e na juventude, o fim de uma amizade era frequentemente dramático — havia um conflito, uma traição, uma rutura identificável. O fim era marcado. Sabia-se quando acontecia.

Na vida adulta, as amizades terminam de forma completamente diferente: por atrito e ausência. As mensagens ficam sem resposta por períodos cada vez mais longos. Os planos são adiados para uma data indeterminada. O "temos de nos ver" é dito com progressivamente menos intenção. E a relação dissolve-se — não com explosão, mas com evaporação.

Este processo é mais honesto do que parece, embora raramente seja reconhecido como tal. O desaparecimento gradual é uma forma de comunicar, sem o desconforto da conversação directa, que a relação já não tem energia suficiente para se manter. É o ghosting das amizades — com todas as limitações que o ghosting tem, incluindo o facto de nunca dar ao outro a clareza de que a relação terminou.

A maioria das amizades que terminam não termina. Ficam em modo suspenso, nem vivas nem mortas, aguardando uma iniciativa que nenhuma das partes vai

tomar.

Há algo de gentil nisto e algo de covarde. Gentil porque evita a conversa dolorosa. Covarde porque priva o outro da informação que precisaria para redistribuir a energia que continua a investir numa relação que já não existe funcionalmente.

O talento adulto de desaparecer é universal e quase nunca discutido. Toda a gente o pratica. Ninguém o declara. E assim as agendas de contactos ficam cheias de pessoas que já não fazem parte da vida real — mas cujo número continua guardado por razões que incluem sentimentalismo, preguiça e a remota possibilidade de que um dia o plano que ficou pendente há três anos finalmente aconteça.

EXERCÍCIO DE MERDA

Abre os teus contactos. Identifica três pessoas com quem não falaste nos últimos doze meses mas que ainda consideras "amigo" ou "amiga". Agora decide, honestamente: se estas pessoas te enviassem uma mensagem amanhã, ficarias genuinamente satisfeito ou ficarias a gerir uma obrigação social? A resposta não precisa de ir a lado nenhum. Mas precisa de ser honesta — pelo menos para ti.

Funerais emocionais discretos

Há uma prática que não tem nome oficial, mas que devia ter: o funeral emocional discreto. O acto consciente — e geralmente privado — de reconhecer que uma relação terminou, de lhe atribuir o seu devido peso e de a deixar ir sem esperar que ressuscite por força da nostalgia.

As relações que terminam gradualmente raramente recebem este reconhecimento. Morrem de forma ambígua e ficam num limbo afetivo — nem presentes nem ausentes, criando uma leve mas persistente sensação de algo por resolver, de um fio que ficou a meio, de uma conta que nunca foi fechada.

O funeral emocional discreto não é uma declaração pública, não é uma conversa com a pessoa em questão, não é um corte dramático. É um acto interno: sentar com a relação que foi, reconhecer o que valeu, aceitar que o que era já não é e decidir deixar de esperar que volte a ser.

Este processo liberta energia. A energia que estava investida em gerir o limbo — a culpa ocasional por não ter respondido, a intenção de marcar um jantar que nunca se marca,

a sensação difusa de dívida social por resolver — redistribui-se para as relações que efetivamente existem no presente.

Não se pode estar completamente presente nas relações que importam enquanto se está parcialmente preso nas que já não importam.

A amizade genuína — a que tem intimidade, reciprocidade, crescimento, a que deixa o outro melhor do que o encontrou — é rara e merece ser tratada como o recurso escasso que é. Não com ansiedade de a perder, mas com atenção suficiente para a manter.

E as outras — as de inércia, de hábito, de história sem presente — merecem um funeral digno e silencioso, sem culpa e sem dramatismo. Existiram. Tiveram o seu tempo e o seu valor. Podem agora descansar.

Nem toda a amizade merece manutenção. As que merecem sabem quem são. E tu também sabes.

"Nem toda a amizade merece manutenção."

Capítulo 10

Sexo, Desejo e o Mercado da Frustração

O sexo é a única área da experiência humana em que a distância entre o que as pessoas fazem e o que dizem que fazem é suficientemente grande para ter implicações clínicas. Em tudo o resto — trabalho, amizade, dinheiro, saúde — a mentira social tem um limite imposto pela realidade partilhada. No sexo, a realidade raramente é partilhada. Cada pessoa vive a sua versão privada e compara-a com a versão pública dos outros — que é, inevitavelmente, uma versão editada, exagerada ou directamente inventada.

O resultado é uma população inteira convencida de que toda a gente está a ter mais, melhor e mais variado do que ela. O que é estatisticamente impossível, mas emocionalmente muito eficaz como fonte de insegurança crónica.

O desejo é real. O mercado que se construiu à volta do desejo é ficção científica com orçamento de produção elevado.

A pornografia da performance

A pornografia — no sentido literal, não metafórico — fez ao sexo o que o Instagram fez ao estilo de vida: criou um padrão de referência completamente desligado da realidade média e instalou-o como norma implícita contra a qual a experiência real é julgada e frequentemente encontrada insuficiente.

O problema não é a pornografia em si — a representação do erotismo tem história longa e, em contextos adequados, valor legítimo. O problema é o volume, a acessibilidade e a idade cada vez mais precoce a que serve como primeiro manual de instrução sexual para uma geração que não recebeu alternativa mais precisa.

A pornografia é para sexo o que os filmes de acção são para violência: emocionalmente intenso, tecnicamente impressionante e completamente desinformativo sobre como as coisas funcionam na realidade. Ninguém aprende a conduzir a assistir a Velocidade Furiosa. Ninguém devia aprender a ter relações sexuais com adultos profissionalmente treinados e iluminados para o efeito.

O que a pornografia mainstream ensina — e ensina eficazmente, por repetição e ausência de alternativa — é que o sexo é uma performance. Que tem uma estrutura, um

ritmo, uma estética e uma métrica de sucesso que são independentes do prazer real dos envolvidos e inteiramente dependentes da sua aparência enquanto estão a tê-lo. Que os corpos têm uma forma certa. Que os sons têm um registo correto. Que a duração, a intensidade e a sequência têm um padrão que a performance deve respeitar.

A performance é inimiga da presença. E o sexo que está a ser executado corretamente raramente está a ser vivido com atenção suficiente para ser bom.

NOTA EDITORIAL

Este capítulo não é uma dissertação académica sobre os efeitos da pornografia. É uma observação sobre o que acontece quando qualquer experiência humana — sexual, alimentar, relacional, profissional — é mediada por um mercado com interesse na insatisfação do consumidor. O mercado do sexo não é diferente do mercado da autoajuda: precisa que nunca chegues ao produto que vende para que continues a comprar.

O corpo como produto

No capítulo sobre o corpo, discutimos como a aparência foi transformada em valor moral. No contexto sexual, esta transformação tem uma dimensão adicional: o corpo tornou-se não apenas mensagem sobre carácter, mas produto de mercado — algo que se oferece, que tem valor de troca, que é avaliado pela procura que gera.

Esta ideia não é nova — a objectificação do corpo tem história longa e bem documentada, com dimensões de género particularmente marcadas. O que é novo é a sua democratização e a sua aceitação acrítica como factos naturais. A expressão "o meu valor no mercado" usada a sério, sem ironia, por pessoas a descrever a sua posição na hierarquia do desejo online. A ideia de que o corpo é um activo que se deprecia com a idade e que deve ser gerido para maximizar o retorno enquanto tem valor de mercado.

As aplicações de namoro tornaram esta lógica de mercado explícita e mensurável: o número de matches é uma métrica de valor, o número de mensagens é uma métrica de procura, a rapidez com que as conversas progridem para encontro é uma métrica de eficiência. A linguagem do desejo tornou-se a linguagem do negócio e a maioria das pessoas adotou-a sem reparar no que perdia no processo.

O que se perde é a categoria do desejo como experiência que existe fora da lógica de mercado — como algo que não tem cotação, que não é negociável, que não se otimiza.

O desejo genuíno — aquele que emerge do encontro específico com uma pessoa específica, com as suas particularidades e imperfeições e o que estas evocam em ti — não é escalável, não é replicável e não é transferível. É exactamente o oposto do que o mercado do sexo vende.

E é exactamente por isso que o mercado precisa de o substituir por algo mais manejável.

Desejo, ego e validação

Há uma distinção que raramente é feita, mas que é fundamental para perceber grande parte do comportamento sexual adulto: a distinção entre o desejo da pessoa e o desejo de ser desejado pela pessoa.

O desejo da pessoa é sobre o outro — sobre a sua presença específica, sobre o que ela evoca, sobre o encontro entre dois corpos e duas histórias. É, na sua forma mais pura, a experiência mais próxima da saída de si mesmo que a maioria das pessoas tem acesso.

O desejo de ser desejado é sobre o eu — sobre a confirmação de que se é suficientemente atraente, suficientemente interessante, suficientemente valioso para despertar desejo em outro. É, na sua forma mais pura, uma forma sofisticada de narcisismo com componente erótica.

A maioria das experiências sexuais adultas é uma mistura de ambos, em proporções que variam conforme a pessoa, o momento e o estado de segurança em que se encontra. O problema surge quando a segunda componente domina — quando o sexo é primariamente um mecanismo de validação do ego em vez de um encontro genuíno com o outro.

O sexo como validação tem uma limitação estrutural: a validação que produz dura o tempo suficiente para ser substituída pela necessidade de nova validação.

É um ciclo reconhecível nas histórias de conquista serial — a pessoa que acumula parceiros não por desejo genuíno, mas pela confirmação repetida de que é desejável. Cada conquista resolve temporariamente a insegurança e cria imediatamente a necessidade da próxima. O número não chega nunca. A insegurança que o número deveria resolver não é sobre o corpo — é sobre o valor do eu e essa não se resolve com validação sexual, por mais que a lógica superficial pareça sugerir o contrário.

CASO DE ESTUDO — O TIAGO DAS APLICAÇÕES

O Tiago tem quarenta e um anos e usa três aplicações de namoro em simultâneo. Não porque esteja activamente à procura de uma relação — está, teoricamente, mas a prática sugere outra coisa. Está à procura de matches. A sensação do match é o objetivo. A conversa que se segue já é menos interessante. O encontro é ainda menos interessante. O sexo, quando acontece, é satisfatório no momento e deixa uma sensação vaga de vazio que o Tiago interpreta como sinal de que esta não era a pessoa certa e de que deve continuar a procurar.

O Tiago não tem um problema com as aplicações. Tem um problema com o que está à procura — que não é uma relação, é a prova repetida de que ainda é desejável. As aplicações são apenas o mecanismo mais eficiente para obter essa prova em volume suficiente para gerir a ansiedade até à próxima.

Intimidade transformada em currículo

Existe um fenómeno relativamente recente que a era digital tornou possível em escala: a sexualidade como identidade pública e o historial sexual como currículo social.

As pessoas partilham — em conversas, em redes sociais, em contextos onde há trinta anos o assunto não existiria — detalhes da sua vida sexual com uma abertura que frequentemente confunde exposição com intimidade. O número de parceiros. As preferências específicas. As experiências notáveis. Os fracassos e as conquistas. A sexualidade como conteúdo narrativo para consumo de terceiros.

Esta abertura tem valor genuíno em contextos específicos: desmistifica tabus, normaliza variações da experiência sexual que as gerações anteriores viviam em isolamento e vergonha, cria espaço para conversas que eram impossíveis. Não é inteiramente negativa.

O problema é quando a abertura substitui a intimidade em vez de a criar. A partilha pública da vida sexual pode ser uma forma de aproximação — mas pode também ser uma forma de manter o outro à distância segura, substituindo a exposição real pela exposição encenada. Falar de sexo em público é frequentemente mais fácil do que ser vulnerável com uma pessoa específica em privado.

A intimidade sexual não é a partilha de informação. É a exposição ao outro sem garantia de resultado. E isso é completamente diferente de publicar um thread sobre as tuas preferências.

O currículo sexual — a lista de experiências, de parceiros, de aventuras — não diz

nada sobre a capacidade de estar presente com outra pessoa de forma que importe. Pode até ser inversamente correlacionado: quanto mais o sexo funciona como colecção, menos tende a funcionar como conexão.

O pânico de envelhecer sexualmente

Há um medo específico que a cultura do corpo jovem e do mercado do desejo instala nas pessoas a partir dos trinta e poucos anos — alguns antes — e que se intensifica progressivamente: o pânico de envelhecer sexualmente. De se tornar menos desejável. De sair do mercado. De a janela estar a fechar.

Este pânico tem dimensões de género marcadas, mas não exclusivas. As mulheres enfrentam-no mais cedo e com maior intensidade, num contexto cultural que associa valor sexual feminino à juventude de forma particularmente explícita. Os homens enfrentam-no mais tarde mas com dimensões específicas — a ansiedade de performance, as mudanças fisiológicas que a idade traz, a comparação com versões anteriores de si mesmos que já não existem.

O que o pânico de envelhecer sexualmente raramente inclui é a consideração do que efetivamente muda com a idade na experiência sexual — e o que não muda ou até melhora. A capacidade de comunicar o que se quer, que tende a aumentar com a confiança acumulada. A disponibilidade para o prazer do outro, que frequentemente cresce quando a ansiedade de performance diminui. A capacidade de estar presente, que é inversamente correlacionada com a necessidade de ser visto a ter uma boa performance.

O sexo aos cinquenta pode ser consideravelmente melhor do que o sexo aos vinte e dois, não apesar da idade, mas por causa dela. Mas este facto não é marketizável, portanto não aparece na publicidade.

O que é marketizável é a ansiedade. Os produtos antienvelhecimento, os suplementos de testosterona, os tratamentos de rejuvenescimento, as técnicas de conquista para "manter-se no mercado" — tudo isto existe porque o pânico existe e o pânico existe em parte porque foi deliberadamente cultivado.

A alternativa ao pânico não é a resignação. É a recusa em aceitar que o valor de uma pessoa — sexual ou de qualquer outro tipo — é determinado pela sua posição num mercado que foi desenhado para produzir insatisfação.

Toda a gente quer conexão. Ninguém quer a vulnerabilidade que a conexão real requer.

E assim o mercado oferece substitutos — performances, validações, currículos, métricas — que simulam conexão sem exigir a exposição que a torna possível.

O foda-se aqui, como em tudo o resto, é a recusa do substituto. A insistência na coisa real, mesmo que seja mais difícil, mesmo que seja mais assustadora, mesmo que não caiba numa legenda.

"Toda a gente quer conexão. Ninguém quer vulnerabilidade."

PARTE III - O SISTEMA

O grande teatro coletivo

Capítulo 11

Trabalho: a Troca Legalizada de Vida por Dinheiro

Existe um contrato que toda a gente assina mas ninguém lê com atenção suficiente. Não o contrato de trabalho, esse pelo menos tem páginas e cláusulas e uma assinatura no fim. O contrato por baixo desse — o contrato implícito, cultural, que o contrato de trabalho pressupõe, mas não declara.

O contrato implícito diz o seguinte: vais entregar uma porção substancial das tuas horas de vigília, da tua energia cognitiva, da tua disponibilidade emocional e do teu melhor tempo de adulto a uma organização que não és tu, em troca de dinheiro suficiente para sustentar as horas que sobram. Em média, são quarenta horas por semana, quarenta e oito semanas por ano, durante quarenta anos. Quem fizer as contas percebe que estamos a falar da maioria da vida adulta disponível, entregue de forma mais ou menos voluntária a um conjunto de objetivos que raramente coincidem com os próprios.

Isto não é exploração. É o acordo. É apenas importante perceber que é um acordo — e não uma lei natural, uma vocação sagrada ou, como a cultura corporativa moderna prefere apresentar, uma oportunidade de realização pessoal.

Reuniões que podiam ser um e-mail

A reunião desnecessária é o símbolo mais preciso da ineficiência corporativa porque é simultaneamente onnipresente, custosa e completamente invisível nos relatórios de produtividade. Nenhuma empresa mede o custo das suas reuniões inúteis. Se medissem, o resultado seria suficientemente assustador para provocar mudança — e mudança é exactamente o que as estruturas que beneficiam das reuniões não querem.

A reunião serve várias funções que não têm nada a ver com o seu propósito declarado. Serve para demonstrar importância: quem tem muitas reuniões é quem é muito procurado, quem decide coisas, quem está no centro do processo. Serve para distribuir responsabilidade: uma decisão tomada em reunião tem múltiplos donos, o que significa que quando corre mal tem múltiplos culpados e, portanto, nenhum. Serve para preencher tempo: a organização que não tem trabalho real suficiente para as pessoas que tem convoca reuniões para criar a aparência de actividade.

Há uma tipologia da reunião inútil que qualquer pessoa com experiência corporativa reconhece imediatamente. A reunião para marcar a próxima reunião, que existe porque ninguém tomou uma decisão na reunião anterior, mas era preciso fazer alguma coisa. A reunião de alinhamento, que serve para confirmar que toda a gente sabe o que toda a gente já sabia antes de entrar na sala. A reunião de brainstorming, onde as ideias boas são ignoradas e as ideias do chefe são desenvolvidas. E a reunião de fim de projecto, onde se comemora um resultado que toda a gente sabe que foi parcialmente desastroso com uma linguagem que transforma os desastres em "aprendizagens".

A frase "isto podia ter sido um e-mail" não é queixa de quem não gosta de trabalhar em equipa. É o diagnóstico preciso de uma cultura organizacional que mede presença em vez de resultado e que confunde actividade com produtividade.

A reunião que podia ter sido um e-mail existe porque o e-mail não demonstra importância da mesma forma. Não tem sala reservada, não tem participantes com agenda cheia que foram interrompidos para estar ali, não tem o ritual de presença física ou virtual que sinaliza que este assunto é suficientemente sério para justificar o tempo coletivo. O e-mail é eficiente. A eficiência, num sistema que valoriza visibilidade, é quase uma desvantagem.

CASO DE ESTUDO — A REUNIÃO DAS 14H30

A reunião foi marcada para as 14h30 de uma quinta-feira. Tem oito participantes, dois dos quais não precisavam de estar lá mas foram convidados por cortesia hierárquica. A ordem de trabalhos tem quatro pontos, dos quais três são actualizações de estado que podiam ter sido enviadas por e-mail e um é uma decisão que o diretor já tomou, mas que precisa de ser "alinhada" com a equipa.

A reunião dura noventa minutos. A decisão é comunicada nos últimos dez. Os restantes oitenta são gastos em actualizações de estado que ninguém vai usar, perguntas de clarificação sobre assuntos que não são relevantes para a decisão e uma digressão de doze minutos sobre um tópico adjacente que o diretor trouxe porque se lembrou durante uma actualização.

Custo real da reunião: oito pessoas durante noventa minutos, mais o tempo de preparação e de recuperação do foco depois. A decisão que era o único ponto útil podia ter sido comunicada por e-mail em três parágrafos. Ninguém vai medir este custo. A reunião vai acontecer de novo na semana seguinte.

Chefes com vocação para ditadores de aquário

A má chefia é uma das experiências mais universalmente partilhadas da vida adulta e uma das menos discutidas com a seriedade que merece. Toda a gente tem uma história — frequentemente mais do que uma — de um chefe que tornava o trabalho desnecessariamente difícil, humilhante, confuso ou simplesmente insuportável. E, no entanto, a conversa pública sobre liderança é quase inteiramente ocupada pela celebração dos líderes excepcionais e pela produção de conteúdo sobre como se tornar um.

Os líderes medíocres e os líderes activamente nocivos são a norma estatística. São a maioria. Mas não têm podcast.

O chefe medíocre tem um repertório reconhecível: muda de opinião com frequência suficiente para tornar qualquer plano instável, mas com velocidade insuficiente para que a mudança seja útil; delega as tarefas sem delegar a autoridade necessária para as executar; pede input e depois ignora-o; atribui a si próprio o mérito dos resultados bons e distribui a responsabilidade pelos resultados maus; e tem, invariavelmente, uma visão da sua própria competência que não é confirmada pela observação externa.

O chefe activamente nocivo é outra categoria. É o que usa o poder de forma deliberadamente humilhante — que critica em público, que favorece uns para criar competição destrutiva entre outros, que retém informação como forma de manter dependência, que interpreta qualquer sinal de autonomia como ameaça. Este tipo existe em abundância, sobrevive em organizações por razões que têm mais a ver com política interna do que com resultados e causa dano mensurável — não apenas em produtividade, mas em saúde mental, em confiança profissional e em capacidade de trabalho das pessoas que tem à sua volta.

A investigação sobre o que leva as pessoas a abandonar empregos é consistente há décadas: as pessoas não abandonam empregos, abandonam chefes. O trabalho, na maioria dos casos, era suportável. A pessoa que o geria não era.

E, no entanto, o sistema está estruturado para proteger o chefe e não o trabalhador — porque o chefe tem mais poder, mais visibilidade e mais capacidade de controlar a narrativa do que os que lhe reportam. A queixa do subordinado é sempre suspeita de ser motivada por ressentimento. A versão do chefe é sempre suspeita de ser a verdade institucional.

Cultura empresarial e lavagem cerebral premium

A cultura empresarial é o conjunto de valores, rituais, linguagem e comportamentos que uma organização usa para criar coesão interna e sentido de pertença. Em teoria, é uma ferramenta legítima de gestão. Na prática, é frequentemente uma operação de moldagem de identidade com interesse específico: transformar o trabalhador num crente, não apenas num colaborador.

O crente não trabalha pelo salário. O crente trabalha pela missão. O crente não pede compensação pela disponibilidade extra porque não a vê como trabalho — vê como contributo para qualquer coisa maior. O crente não questiona as decisões da liderança porque a liderança representa os valores que o crente adotou como seus. O crente é, do ponto de vista do empregador, o colaborador perfeito: barato, leal, motivado por razões que não custam dinheiro e que a empresa não tem de manter com aumentos salariais.

A linguagem da cultura empresarial é reconhecível pelo seu vocabulário específico: missão, visão, valores, propósito, impacto, família. Esta última é particularmente reveladora. "Somos uma família" é a frase que as empresas usam para pedir a lealdade incondicional que a família implica sem oferecer a reciprocidade que a família, na sua versão funcional, também implica. A família não despede os seus membros por email numa sexta-feira à tarde quando os resultados do trimestre ficam abaixo do esperado.

A cultura empresarial não é necessariamente má. É má quando é usada como substituto de compensação justa, de condições de trabalho razoáveis e de respeito básico pelo tempo e pela vida das pessoas que a empresa emprega.

Há uma forma simples de testar se a cultura de uma empresa é genuína ou instrumental: verifica o que acontece quando os resultados caem. As empresas com cultura genuína mantêm os investimentos em pessoas mesmo em dificuldade. As empresas com cultura instrumental descobrem que a família tem de ser redimensionada para se adaptar às condições de mercado.

EXERCÍCIO DE MERDA

Abre o site da tua empresa na secção "Sobre nós" ou "Os nossos valores". Lê os valores declarados. Agora pensa na última vez que um desses valores foi violado internamente — por um chefe, por um processo, por uma decisão — sem qualquer consequência. Se encontrares mais de um exemplo em menos de trinta segundos, os valores são decoração. Se não encontrares nenhum, ou trabalhas numa empresa exceccionalmente rara ou não tens prestado atenção suficiente.

O LinkedIn como hospício motivacional

Já encontramos o LinkedIn no capítulo sobre produtividade, mas o contexto do trabalho como sistema exige uma segunda visita. Porque o LinkedIn não é apenas uma plataforma de emprego com conteúdo motivacional. É o lugar onde a ideologia corporativa se reproduz fora das paredes da empresa, gratuitamente, com o trabalho feito pelos próprios trabalhadores.

Cada post sobre lições aprendidas num projecto difícil é propaganda não paga da ideia de que o trabalho é uma jornada de crescimento. Cada partilha de um "momento de liderança inspirador" normaliza a ideia de que o chefe tem acesso privilegiado à sabedoria. Cada história de superação profissional reforça a ideia de que o sistema é meritocrático — que quem trabalha com determinação e a mentalidade certa chega ao destino que merece.

O LinkedIn é também o único sítio onde as pessoas agradecem publicamente ao empregador pelo despedimento. "Hoje encerro um capítulo e começo outro. Agradeço à empresa X por tudo o que aprendi durante estes anos e desejo-lhes todo o sucesso." Este género específico de texto — que existe em quantidade suficiente para ser uma convenção — é simultaneamente compreensível, triste e ligeiramente surreal. A empresa que te despediu não lê o teu post. Os recrutadores que poderão contratar-te leem. A gratidão não é sentimento, é estratégia de posicionamento com verniz emocional.

O LinkedIn é o lugar onde os adultos fingem que o mercado de trabalho é uma comunidade. É uma comunidade da mesma forma que o supermercado é uma comunidade: há pessoas, há interação e toda a gente está principalmente a tentar obter qualquer coisa para si.

Isto não é cinismo, é clareza. E a clareza sobre o que o LinkedIn é torna-o muito mais fácil de usar de forma útil: como ferramenta de visibilidade profissional e de acesso a oportunidades, não como fórum de autenticidade ou espaço de reflexão genuína. Para a autenticidade há outros sítios. O LinkedIn não é um deles.

Trabalhar com paixão: a mentira perfeita

Voltamos à frase. "Trabalhar com paixão." A frase que aparece em descrições de emprego, em discursos de CEO, em sessões de onboarding, em avaliações de desempenho. A frase que transformou a exploração num valor.

A paixão pelo trabalho é real. Há pessoas que genuinamente adoram o que fazem —

que encontrariam formas de o fazer mesmo sem remuneração, que não distinguem bem o trabalho do prazer, que falam do seu campo com o entusiasmo de quem descobriu qualquer coisa importante. Esta experiência existe e é válida.

O problema é quando essa experiência — que é a exceção, não a regra — é usada para criar expectativa de que o trabalho deve ser amado e que quem não o ama está a falhar. E, por implicação, que quem ama o trabalho não deve pedir compensação proporcional pela extensão desse amor.

A narrativa da paixão serve os empregadores de forma extraordinariamente eficiente. Se trabalhas com paixão, pedir aumento é constrangedor — porque o ponto não é o dinheiro, é a missão. Se trabalhas com paixão, recusar horas extra é difícil de justificar — porque quem ama o que faz não conta as horas. Se trabalhas com paixão, a fronteira entre o teu tempo e o tempo da empresa dissolve-se — e essa dissolução beneficia exactamente uma das partes do contrato.

A paixão pelo trabalho é uma dádiva quando é genuína e não é explorada. É uma armadilha quando é usada como substituto de condições justas.

A alternativa saudável não é trabalhar com indiferença — é trabalhar com competência, com profissionalismo, com cuidado genuíno pelo resultado do que se faz, sem confundir esse cuidado com a obrigação de entregar a vida inteira à organização que te paga para trabalhar, não para existires.

Sair a horas não é falta de dedicação. É respeito pelo contrato real — aquele que está escrito, não aquele que a cultura corporativa tenta sobrepor por baixo.

Trabalhas para viver. Não vives para trabalhar. Esta frase foi repetida tantas vezes que perdeu força — mas continua verdadeira e a verdade não precisa de ser nova para ser útil.

"O sonho corporativo é morrer cansado com acesso ao Slack."

Capítulo 12

Redes Sociais: o Circo Mundial da Validação

Em 2004, havia aproximadamente zero pessoas cuja primeira reação a uma experiência boa fosse fotografá-la para partilhar com desconhecidos. Em 2026, essa é a resposta condicionada de uma proporção substancial da população mundial, incluindo crianças que nunca conheceram o estado anterior.

Isto não aconteceu porque as pessoas mudaram de forma. Aconteceu porque um conjunto de empresas com interesse financeiro em capturar a atenção humana construiu plataformas desenhadas especificamente para transformar a necessidade de pertença — uma das necessidades mais fundamentais da psicologia humana — em comportamento de publicação compulsiva.

O resultado é o circo: um espetáculo permanente, global, com entrada livre e saída impossível, onde toda a gente é simultaneamente artista e audiência, onde o aplauso é quantificado em tempo real e onde a ausência de aplauso suficiente é sentida como falha pessoal.

A humanidade entregou a autoestima a uma aplicação gratuita. E a aplicação, como todos os produtos gratuitos, cobra de outras formas.

A vida editada

O feed de qualquer rede social é uma exposição de curadoria: cada imagem escolhida entre dezenas, cada legenda revista até à versão que parece espontânea, cada aspeto da vida apresentado no seu melhor ângulo com a melhor luz no melhor momento. Não é mentira — a maioria das coisas publicadas aconteceu de facto. É edição. E a edição, aplicada sistematicamente à vida de toda a gente em simultâneo, cria um ambiente de referência completamente distorcido.

Quando toda a gente mostra apenas os momentos bons, o feed parece uma sucessão de vidas melhores do que a tua. O jantar que publicaste parece ordinário comparado com os que vês. A viagem que fizeste parece menos do que as que aparecem no scroll. O teu rosto, fotografado sem preparação no espelho da casa de banho, parece menos do que os rostos editados, filtrados e iluminados que te aparecem todos os dias.

Este processo — a comparação constante com uma amostra enviesada da experiência humana — tem efeitos documentados na percepção de bem-estar. Não porque as pessoas sejam ingênuas e acreditem que o feed é real. Mesmo sabendo que é editado, o efeito persiste. A parte do cérebro que processa comparação social não filtra pela autenticidade da fonte, compara.

Sabes que é encenado. Sentes-te inferior na mesma. Esta é a eficiência do mecanismo.

A vida editada tem também um custo para quem edita. A pessoa que passa tempo considerável a construir a versão publicável da sua experiência está a investir energia cognitiva e emocional na gestão da percepção externa em vez de na experiência em si. O jantar que demora vinte minutos a fotografar adequadamente foi um jantar em que ninguém estava completamente presente durante vinte minutos. A viagem documentada em tempo real foi uma viagem parcialmente vivida através de um ecrã.

A memória que fica da experiência é cada vez mais a memória do conteúdo produzido sobre ela — não da experiência directa. O que é uma forma muito sofisticada de não estar lá.

O algoritmo como pastor espiritual

O algoritmo não é neutro. É uma máquina de otimização com um objetivo claro: maximizar o tempo que passas na plataforma. Para o fazer, aprendeu o que te mantém — e o que te mantém não é o conteúdo que te faz bem, não é o conteúdo que te informa, não é sequer o conteúdo que te diverte. É o conteúdo que te activa emocionalmente. E o conteúdo que activa mais eficientemente não é a alegria — é a indignação.

A indignação prende. Mantém o scroll. Gera resposta. A resposta gera mais conteúdo. Mais conteúdo gera mais indignação. O ciclo é autossustentável e completamente alheio ao bem-estar de qualquer um dos participantes — incluindo os que publicam o conteúdo que o alimenta.

O algoritmo tornou-se, sem que ninguém o tivesse planeado exactamente desta forma, o curador da visão do mundo de uma fração crescente da população. Decide o que vês. Decide com que frequência vês. Decide que perspectivas existem para ti e quais ficam invisíveis. Decide, em larga medida, o que consideras normal, urgente, ameaçador ou irrelevante.

Nenhuma instituição religiosa, nenhum sistema político, nenhum meio de comunicação anterior teve acesso tão direto, tão personalizado e tão constante à formação das crenças e das emoções de tanta gente em simultâneo.

E ao contrário das instituições religiosas — que pelo menos têm uma teologia coerente, por muito que se possa discordar dela — o algoritmo não tem doutrina. Tem apenas métricas de engajamento. O que significa que a "visão do mundo" que produz não é baseada em nenhum sistema de valores, mas na dinâmica de mercado da atenção. O conteúdo que vence não é o verdadeiro, não é o útil, não é o bom. É o que prende mais tempo.

CASO DE ESTUDO — A BEATRIZ E O RABBIT HOLE

A Beatriz abriu o telemóvel para verificar uma mensagem. Quarenta e cinco minutos depois, está a ler sobre um escândalo que não conhecia há quarenta e seis minutos e sobre o qual tem agora uma opinião firme com base em três posts de pessoas de que nunca ouviu falar e um vídeo de dois minutos e quarenta segundos.

A Beatriz não foi manipulada. Foi guiada, por um sistema que conhece os seus padrões de atenção melhor do que ela própria, até ao conteúdo que garantidamente a mantinha mais tempo na plataforma. O sistema não tem agenda política nem ideológica. Tem uma função de otimização. A Beatriz é o parâmetro que está a ser otimizado.

A mensagem que abriu para verificar continua por responder.

Narcisismo com música ambiente

As redes sociais não criaram o narcisismo. Criaram condições sem precedente para a sua expressão e recompensa.

O narcisismo, no sentido clínico, é um traço de personalidade com dimensões patológicas quando severo. No sentido coloquial — o interesse excessivo em si próprio, a necessidade de admiração, a tendência para apresentar a vida como espetáculo — é um traço humano universal, apenas variável em intensidade.

O que as redes sociais fizeram foi instalar uma infra-estrutura de recompensa para o narcisismo coloquial que antes não existia. A selfie não é narcisismo — é o documento de um momento. Mas a selfie publicada às dez da manhã com verificação das métricas às dez e quinze, às dez e trinta e às onze, com leve ansiedade se o número de likes for abaixo do esperado, com satisfação específica se exceder — isso é a arquitetura do narcisismo em

funcionamento industrial.

Há uma dimensão geracional disto que merece atenção. As pessoas que cresceram com redes sociais como ambiente permanente — não como ferramenta que escolheram adoptar em adultos, mas como contexto desde a infância ou adolescência — desenvolveram relações com a validação externa que as gerações anteriores simplesmente não têm. Não porque sejam piores pessoas. Porque o ambiente em que a identidade se formou incluía, desde o início, o feedback quantificado de terceiros como dado relevante para a percepção do próprio valor.

Crescer a ser avaliado em tempo real por um número visível é uma experiência psicológica sem paralelo histórico. Não sabemos ainda o que produz a longo prazo. As primeiras indicações não são animadoras.

O narcisismo com música ambiente não é o narcisismo grandioso do megalómano — é o narcisismo banal, democrático, de quem passou a organizar a experiência em função da sua publicabilidade. Não é patológico. É apenas uma forma de estar no mundo que tem custos específicos — em presença, em profundidade, em capacidade de vivenciar coisas que não são publicáveis.

Cancelamento como ritual tribal

O cancelamento — a mobilização colectiva contra uma pessoa ou entidade por comportamento considerado inaceitável, geralmente resultando em ostracismo público, perda de plataforma e, dependendo da gravidade, consequências profissionais e sociais — é frequentemente apresentado como fenómeno novo. Não é. É apenas a versão digital de um mecanismo tão antigo quanto a existência de grupos humanos: a expulsão do transgressor como forma de afirmar os valores do grupo e de consolidar a coesão interna.

O que é novo é a escala, a velocidade e a assimetria de informação. Em comunidades pequenas, a expulsão era baseada em conhecimento direto da pessoa e do acto. No cancelamento digital, a maioria dos participantes tem acesso a um resumo do acto — frequentemente contextualizado de forma tendenciosa — e nenhum conhecimento direto da pessoa. A punição é aplicada por desconhecidos com base em informação de segunda ou terceira mão, sem direito de defesa efetivo, com consequências que podem ser permanentes e desproporcionais ao acto original.

Há cancelamentos justos. Há casos em que o mecanismo funciona como deveria: expõe comportamento genuinamente nocivo que estruturas de poder protegiam, cria

consequências para actos que de outra forma ficariam impunes, dá visibilidade a vozes que de outra forma não seriam ouvidas. Não é inteiramente negativo.

O problema é que o mesmo mecanismo que expõe o predador que a indústria protegia aplica-se com a mesma intensidade à pessoa que fez uma piada descontextualizada há doze anos.

O cancelamento tornou-se também uma ferramenta de gestão de reputação dentro dos grupos: quem cancela com mais velocidade e mais virulência demonstra a sua ortodoxia, o seu alinhamento com os valores do grupo, a sua fiabilidade como membro. A participação na destruição de outra pessoa torna-se um sinal de virtude — o que é, observado de fora, uma das inversões morais mais perturbadoras que a cultura digital produziu.

A fogueira mudou de praça. O espetáculo manteve-se.

Existir já não chega

Há uma pressão que as gerações anteriores não sentiram e que se instalou de forma tão gradual que raramente é nomeada directamente: a pressão de ter presença. Não apenas de existir — de ser visível. De ocupar espaço digital. De ter voz, plataforma, audiência. De não ser apenas uma pessoa que vive a sua vida, mas uma pessoa que comunica a sua vida para um exterior que a valida.

Esta pressão é particularmente intensa para quem trabalha em campos criativos ou em qualquer área onde a visibilidade online afeta a carreira. Mas infiltrou-se bem além desses contextos. O profissional de qualquer área que não tem LinkedIn activo é suspeito. O negócio sem presença nas redes parece não existir. A pessoa sem rasto digital é uma anomalia — e uma anomalia que, no contexto das relações contemporâneas, pode ser lida como algo a esconder.

Existir tornou-se insuficiente. Precisas de existir *e* de o documentar.

Esta exigência tem um custo que raramente é contabilizado: o tempo gasto a gerir presença digital é tempo não gasto a viver a vida que é suposto a presença digital representar. A pessoa que passa horas por semana a construir a narrativa online da sua vida tem menos horas para a vida que a narrativa descreve. O que cria um ciclo em que a vida real se empobrece progressivamente para alimentar a representação digital da vida real.

O foda-se às redes sociais não tem de ser absoluto — a saída total é, para muita gente, uma opção cara em termos profissionais e relacionais. Mas o foda-se parcial, calibrado, é possível e necessário. Não publicar para manter presença. Não verificar as métricas compulsivamente. Não organizar a experiência em função da sua publicabilidade. Não deixar que o algoritmo decida o que és capaz de sentir como indignação suficiente para partilhar.

Viver primeiro. Publicar se sobrar tempo e se houver razão que não seja o vazio da ausência de publicação.

A vida que não é documentada ainda acontece. Ainda conta. Ainda é tua.

"A humanidade entregou a autoestima a uma aplicação gratuita."

Capítulo 13

Política: Escolher o Menos Idiota com Convicção Moral

Uma nota antes de começar: este capítulo não tem lado. Não defende nenhum partido, não ataca nenhuma ideologia específica, não está a disfarçar preferências com equidistância encenada. A sua tese é que a política contemporânea — o espetáculo da política, o modo como é vivida e consumida pela maioria das pessoas a maior parte do tempo — se tornou primariamente uma forma de gestão de identidade e de pertença tribal e que este processo é prejudicial para a democracia, para o discurso público e para a saúde mental de quem participa nele.

Esta crítica aplica-se a todos os lados. Não de forma igual em todos os momentos — há contextos em que um lado específico está a fazer mais dano do que o outro e seria desonesto fingir que não — mas de forma suficientemente transversal para que nenhum grupo se possa sentar confortavelmente neste capítulo a apontar para os outros.

Se estás a ler isto e estás convicto de que a crítica se aplica apenas ao lado oposto ao teu, é precisamente sobre ti que este capítulo é.

Ideologia como personalidade substituta

Há um fenómeno que se acelerou nas últimas duas décadas e que é mais visível nas redes sociais do que em qualquer outro contexto: a substituição da personalidade pela ideologia. A pessoa que não tem uma identidade particularmente definida — interesses, valores, perspetivas próprias — mas que tem uma afiliação política forte e que organiza toda a sua apresentação ao mundo em torno dessa afiliação.

O sinal de alerta não é ter convicções políticas. Convicções políticas são necessárias e saudáveis numa democracia. O sinal de alerta é quando a afiliação política é o primeiro dado disponível sobre uma pessoa — quando define o que lê, com quem se relaciona, que humor acha engraçado, que linguagem usa, que comportamentos considera aceitáveis, que factos aceita como factos. Quando a ideologia não é uma posição sobre como organizar a sociedade, mas uma identidade completa que substitui a necessidade de se conhecer a si próprio de outras formas.

Esta substituição é conveniente porque resolve um problema difícil: a identidade

construída a partir de quem se é — valores pessoais, experiências, relações, contradições — requer trabalho, exposição e incerteza. A identidade emprestada por uma tribo ideológica vem pronta: o manual diz o que pensar sobre cada assunto, quem são os inimigos, quais são os valores, que linguagem usar, como interpretar os acontecimentos.

A ideologia como identidade é, fundamentalmente, uma forma de evitar o esforço de ser uma pessoa específica com perspectivas específicas que são genuinamente tuas e não do grupo.

O resultado é uma população de porta-vozes de posições que não foram inteiramente pensadas, que não tolerariam exame crítico honesto e que são defendidas com uma intensidade proporcional não à sua verdade, mas ao quanto a identidade da pessoa depende de as manter.

Indignação profissional

A indignação tornou-se a emoção política dominante do nosso tempo. Não a análise, não a proposta, não o compromisso, não a negociação — a indignação. O estado de ativação emocional perante o comportamento do lado oposto que é partilhado, amplificado, comentado e que gera mais indignação, que é partilhada, amplificada, comentada, recursivamente, até que a emoção que qualquer assunto político gera seja inteiramente desproporcionada ao assunto em si.

A indignação tem valor genuíno. É a resposta emocional correcta perante injustiça real, perante abuso de poder, perante violação de direitos fundamentais. A história das grandes mudanças sociais está repleta de indignação que foi combustível para acção transformadora.

O que a indignação profissional não é — e esta distinção é importante — é a indignação de calendário, a que aparece exactamente quando o ciclo de notícias exige e desaparece quando o algoritmo muda de assunto. A que se esgota no post e não produz acção. A que é mais intensa em relação a figuras remotas do que em relação a problemas imediatos e tangíveis. A que serve principalmente para demonstrar alinhamento com a tribo e cujo real destinatário não é o injustiçado, mas a audiência que aplaude a demonstração.

A indignação que não muda nada, mas que te faz sentir do lado certo é uma das formas mais confortáveis e mais inúteis de participação política.

Há uma indústria inteira — comentadores, podcasts, newsletters, contas de redes

sociais — que vive da indignação crónica. Não tem interesse em resolver os problemas que alimentam a indignação porque a resolução extinguiria o produto. Tem interesse em manter o estado de ativação a um nível suficientemente alto para continuar a justificar a subscrição.

É um modelo de negócio perfeitamente legal e extraordinariamente destrutivo para a qualidade do discurso público.

CASO DE ESTUDO — O DEBATE DE DOMINGO

São nove da noite de domingo. Duas famílias com posições políticas opostas estão a jantar juntas pela primeira vez em meses. O tema surge — surge sempre — e o que se segue não é um debate. É uma série de declarações paralelas, cada uma dirigida não ao interlocutor, mas à galeria imaginária de correligionários que cada pessoa tem em mente enquanto fala.

Ninguém ouve. Ninguém muda de posição. Ninguém aprende nada que não sabia antes. Ninguém convence ninguém. O jantar termina com a sensação de que o outro lado é, confirmadamente, impossível de raciocinar, o que é exactamente a sensação com que cada pessoa chegou.

O debate político em contexto social não é troca de ideias. É gestão de identidade em voz alta perante testemunhas.

A estética da militância

A militância política — o envolvimento activo numa causa, a dedicação de tempo e energia a mudar qualquer coisa no mundo — é uma das formas mais nobres de participação cívica. Não há ironia aqui: as pessoas que efetivamente trabalham, organizam, pressionam e persistem em causas em que acreditam merecem respeito, independentemente de se concordar ou não com as causas.

O que este subtítulo critica não é a militância. É a sua versão estética: o conjunto de sinais, linguagem, comportamentos e afiliações que comunicam militância sem o esforço que a militância real requer.

A estética da militância inclui: a linguagem especializada que sinaliza pertença ao grupo correto sem necessariamente exprimir pensamento preciso; o conjunto de posições que se adoptam em bloco porque vêm com a identidade, não porque foram examinadas individualmente; a sensibilidade calibrada para detectar violações dos valores do grupo, mas embotada para detectar as violações cometidas pelo próprio grupo; e a hierarquia de virtude interna, onde quem usa a linguagem mais actualizada e demonstra a sensibilidade

mais refinada ocupa posição mais elevada independentemente de ter feito qualquer coisa que mude o mundo.

A estética da militância é mais fácil do que a militância porque não requer acção — requer apenas performance de alinhamento. E a performance de alinhamento tem recompensas sociais imediatas que a acção real frequentemente não tem.

Há um nome para a situação em que o sinal da virtude substitui a virtude: o filósofo Harry Frankfurt chamou-lhe bullshit, com precisão técnica que a palavra vulgar não captura completamente. Não é mentira — a mentira implica conhecimento da verdade e intenção de a ocultar. É indiferença à verdade: o que importa não é o que é real, mas o que é eficaz para o fim desejado, que neste caso é a posição social no grupo.

Debates inúteis entre fanáticos cansados

Existe uma forma específica de debate político que é omnipresente e completamente infrutífera: o debate entre pessoas que chegaram com as conclusões formadas e estão apenas à procura de argumentos para as confirmar.

Neste tipo de debate, nenhuma informação nova muda nada. Cada argumento do lado oposto é interpretado não pelo seu conteúdo, mas pela sua fonte — e como a fonte é suspeita, o argumento é descartado independentemente da sua validade. Cada facto inconveniente é explicado por viés, por incompetência ou por má-fé. Cada admissão de complexidade é tratada como traição ou como fraqueza.

O debate político contemporâneo é maioritariamente este: não uma troca de perspectivas com abertura genuína à possibilidade de mudar de posição, mas uma competição de quem demonstra mais firmeza na posição que já tinha. Vence não quem tem melhor argumento, mas quem tem maior certeza — e a certeza é premiada independentemente de ser baseada em algo.

A complexidade é penalizada. As posições nuançadas — que reconhecem que o problema é difícil, que o outro lado tem alguns pontos válidos, que a resposta óbvia tem consequências não óbvias — são tratadas como hesitação, como falta de convicção, como sinal de que talvez a pessoa não esteja completamente do lado certo. A polarização não é um resultado accidental do debate político. É o resultado otimizado de um sistema que recompensa a certeza e penaliza a dúvida.

A dúvida é, em política como em tudo o resto, o sinal de inteligência. A certeza

absoluta sobre assuntos genuinamente complexos é, quase sempre, o sinal do contrário.

EXERCÍCIO DE MERDA

Pensa na tua posição política mais forte — aquela sobre a qual tens menos dúvidas, aquela que defendes com mais convicção. Agora faz o seguinte: durante cinco minutos, tenta construir o melhor argumento possível para a posição oposta. Não para a abandonar — para perceber onde ela tem pontos válidos que o teu lado tende a ignorar. Se não consegues fazer isto sem sentir que estás a trair qualquer coisa, o teu problema não é político. É identitário.

O prazer secreto de odiar desconhecidos

Há uma verdade sobre a política contemporânea que raramente é dita directamente porque é pouco lisonjeira: uma parte significativa do envolvimento político não é motivada por desejo de mudar o mundo. É motivada pelo prazer de odiar o outro lado.

O ódio coletivo tem uma qualidade específica que o distingue de outras emoções negativas: une. Criar um inimigo comum é uma das formas mais eficientes de construir coesão de grupo. As tribos políticas são mais coesas quando têm um inimigo claro do que quando têm apenas objetivos partilhados — porque os objetivos divergem e criam tensão interna, mas o inimigo é um ponto de convergência estável.

O prazer do ódio coletivo é real e tem componente neurológica documentada: a ativação do sistema de recompensa quando o grupo a que pertencemos vence, humilha ou derrota o grupo oposto. Não é uma falha moral — é uma resposta evolutiva que foi útil durante a maior parte da história humana, quando o grupo de pertença era literalmente a diferença entre sobrevivência e morte.

O problema é que esta resposta não foi calibrada para o contexto de democracias pluralistas onde o inimigo de hoje é o vizinho de amanhã, o colega de anteontem, o familiar de sempre. Onde tratar as pessoas com quem se discorda politicamente como inimigos genuínos tem custos reais para o tecido social que nenhuma vitória eleitoral compensa completamente.

A maioria das discussões políticas nas redes sociais são solidão mascarada de convicção. A emoção que as sustenta não é amor pela causa, é a necessidade de pertencer a alguma coisa que seja maior do que o eu individual.

A política real — a mudança efetiva de condições de vida, de estruturas de poder, de distribuição de recursos — é lenta, entediante, cheia de compromisso e de resultado parcial. Não gera o mesmo nível de ativação emocional que uma batalha cultural online. Não tem a clareza dramática da vitória sobre o inimigo. Não alimenta o mesmo sentido de pertença tribal.

Mas é a única que muda alguma coisa.

O foda-se à política não é foda-se à participação cívica — é foda-se ao espetáculo que substituiu a participação cívica. É a recusa de trocar tempo e energia real pelo conforto da indignação que não produz nada além de mais indignação.

Vota. Informa-te em fontes que não dependem da tua raiva para sobreviver. Muda de opinião quando a evidência muda. Trata quem pensa diferente como interlocutor e não como inimigo. Aceita que os problemas reais são complicados e que as soluções fáceis raramente são soluções.

E trata com profunda suspeita qualquer pessoa que te diga que o problema é simples e que sabe exactamente quem tem culpa.

"A maioria das discussões políticas são solidão mascarada de convicção."

Capítulo 14

Consumismo: Comprar Coisas para Decorar o Vazio

Há uma experiência que a maioria das pessoas com acesso a um cartão de crédito conhece bem: a compra que resolveu tudo durante exactamente o tempo que demorou a fazer o pagamento. O casaco que era perfeito na loja e que perdeu metade da perfeição no momento em que saiu do saco em casa. O telemóvel novo que resolveu definitivamente a insatisfação com o anterior durante a primeira semana. A viagem que foi transformadora enquanto durou e que deixou exactamente o mesmo vazio na segunda-feira seguinte ao regresso.

O consumismo não é a compra de coisas. Toda a gente compra coisas — é uma necessidade funcional da vida moderna. O consumismo é a crença, renovada obsessivamente apesar da evidência contrária, de que a próxima compra vai resolver o que as anteriores não resolveram. É a repetição do mesmo ciclo com intensidade suficiente para que o fracasso de cada iteração seja atribuído à compra errada em vez de à lógica errada.

O capitalismo não vende produtos. Vende a promessa de que os produtos resolvem problemas que os produtos não podem resolver. E é muito bom nisso.

O iPhone como personalidade

O telemóvel é o objecto mais carregado de significado simbólico da nossa era. Não pelo que faz — faz coisas notáveis, é genuinamente útil, mudou a forma como nos relacionamos com a informação e entre nós. Mas pelo que comunica sobre quem o tem.

A escolha do telemóvel passou a ser uma declaração de identidade com uma precisão que outras escolhas de consumo raramente atingem. Num nível superficial mas real, a divisão entre iOS e Android reflecte distinções de valores, de estética, de classe, de posição num conjunto de tribos culturais que raramente são explicitadas mas são consistentemente percebidas. A capa do telemóvel é personalização de identidade. A versão do modelo é sinalização de estatuto. O estado da bateria é indicador de carácter.

Esta carga simbólica não é accidental — é construída deliberadamente por empresas que perceberam que a compra de um produto de consumo pode ser transformada numa declaração de pertença a uma comunidade de valores. A Apple não vende telemóveis.

Vende a identidade de pessoa criativa, inconformista, com gosto apurado — e cobra adequadamente por essa identidade.

O notável é que a identidade vendida como sinal de inconformismo seja a identidade de centenas de milhões de pessoas com exactamente o mesmo dispositivo no bolso. O conformismo de massa com estética de individualidade é uma conquista de marketing de que poucos sectores podem gabar-se.

Não é apenas a Apple — é o padrão. A marca de roupa que vende pertença a uma subcultura enquanto é usada por toda a gente na subcultura. O carro que comunica valores ambientais cujo custo de produção levanta questões ambientais que a comunicação de marketing não menciona. O produto de alimentação "artesanal" produzido industrialmente com embalagem que evoca uma quinta que não existe.

O objecto em si tornou-se secundário. O que se compra é a narrativa que o objecto conta sobre quem o comprou.

Luxo emocional para pobres ansiosos

Existe uma categoria de consumo que merece atenção especial pela sua eficiência em converter ansiedade em despesa: o luxo acessível. O café de cinco euros que não é apenas café — é uma experiência, um ritual, um momento de cuidado consigo mesmo num dia que não tem muitos outros. O vinho de fim-de-semana que sinaliza que a semana terminou e que há recompensa pelo esforço. A roupa de marca que está fora do orçamento real mas que, uma vez, significa qualquer coisa sobre o tipo de pessoa que se é ou que se quer ser.

O luxo acessível é o produto mais inteligente que o capitalismo de consumo alguma vez inventou. Não porque seja de qualidade superior ao que custa — frequentemente não é. Mas porque resolve um problema emocional real com um mecanismo de entrega imediata: a sensação de se merecer qualquer coisa melhor do que o quotidiano oferece. A sensação de acesso temporário a um nível de vida que não é o habitual. A sensação de que hoje, por uma hora ou por um objecto, as coisas são ligeiramente mais como deviam ser.

A ansiedade da posição social — a consciência dolorosa de onde se está em relação a onde se gostaria de estar, de onde os outros estão em relação a onde se está — é um dos motores mais potentes do consumo. E o luxo acessível é exactamente calibrado para essa ansiedade: caro suficiente para comunicar distinção, barato suficiente para ser alcançável, disponível suficiente para ser repetível.

O café de cinco euros não é luxo. É alívio de ansiedade com espuma de leite. E é perfeito nessa função — o que explica porque a fila não diminui mesmo quando toda a gente sabe exactamente o que está a pagar.

Não há moralismo aqui sobre gastar dinheiro em coisas que custam mais do que o estritamente necessário. A vida sem prazer estético e sem pequenos rituais de recompensa é mais pobre, não mais virtuosa. O problema não é o café de cinco euros. O problema é quando o café de cinco euros é a principal estratégia de gestão de uma ansiedade que tem outras causas e que o café, por mais bom que seja, não trata.

CASO DE ESTUDO — O ARMÁRIO DA CATARINA

O armário da Catarina tem roupas suficientes para vestir três semanas sem repetir. A Catarina compra roupa nova em média uma vez por mês. A Catarina não se sente particularmente bem vestida.

A Catarina compra roupa quando está triste, quando está entediada, quando acabou de discutir com alguém, quando viu alguma coisa numa rede social que a fez sentir que o que tem não chega. A compra dura entre vinte minutos e duas horas e produz uma sensação de resolução que dura entre dois dias e duas semanas.

A Catarina não tem um problema com a roupa. Tem um problema que a roupa tapa temporariamente. O armário cheio não está a resolver o problema — está a documentá-lo, peça por peça, temporada por temporada.

Compras impulsivas e espiritualidade financeira

Existe uma tensão curiosa na cultura contemporânea entre dois discursos que coexistem sem aparente contradição: o discurso do consumo — que celebra a compra, o novo, o acesso, a experiência, a recompensa — e o discurso da espiritualidade financeira — que celebra o minimalismo, o desapego, a liberdade dos objectos, o viver com menos.

Estes dois discursos não são opostos. São os dois lados do mesmo mercado. O consumismo cria o excesso que a espiritualidade financeira promete resolver. A espiritualidade financeira produz o vazio que o consumismo promete preencher. O ciclo é auto-sustentável e lucrativo para ambos os lados: há livros a vender sobre como comprar menos e há produtos a vender para substituir o que se decidiu não comprar.

O minimalismo tornou-se, com alguma ironia, um estilo de vida caro. Os produtos minimalistas — a roupa em tons neutros de marcas com filosofia de "menos é mais", os

objectos de design funcional com preço que só é justificável pela estética, as cozinhas sem superfícies visíveis que requerem arrumação que o armário por baixo do balcão não tem — custam mais do que os equivalentes funcionais sem a narrativa.

Comprar a identidade de pessoa que não precisa de comprar coisas é ainda comprar uma identidade. O mercado agradece de qualquer forma.

A compra impulsiva é frequentemente o resultado de um estado emocional não resolvido que encontra na decisão de consumo uma forma de acção disponível e imediata. A tristeza, a ansiedade, o tédio, a frustração, a sensação de falta de controlo sobre aspectos importantes da vida — todos estes estados produzem um impulso de fazer alguma coisa, e comprar é uma coisa que se pode fazer a qualquer hora, em qualquer lugar, com resultado imediato e mensurável.

A espiritualidade financeira que emerge do reconhecimento deste padrão é válida quando é genuína — quando a pessoa efectivamente simplifica, consome menos, encontra satisfação fora do consumo. É questionável quando é outra performance identitária com lista de compras diferente.

O cartão de crédito como oração moderna

O crédito ao consumo é um dos mecanismos mais sofisticados de transferência de riqueza dos mais pobres para os mais ricos que a economia moderna inventou — e o fez com o consentimento entusiasmado dos mais pobres, o que é uma conquista notável.

O cartão de crédito não é um instrumento de acesso. É um instrumento de antecipação: permite consumir agora o que não se tem agora, comprometendo o rendimento futuro mais juros. Para quem tem disciplina e capacidade de pagar o total todos os meses, é uma ferramenta útil. Para quem não tem — e a maioria dos utilizadores de crédito rotativo não tem, por razões que incluem rendimento insuficiente, literacia financeira inadequada e pressão social para consumir acima das possibilidades —, é um mecanismo de empobrecimento progressivo disfarçado de poder de compra.

A taxa de juro do crédito rotativo é, na maioria dos países, suficientemente alta para transformar qualquer compra impulsiva numa compra cara. O casaco que custou cem euros e foi pago ao longo de seis meses com taxa de juro de vinte por cento custou cento e dez euros — e se foi comprado para resolver um estado emocional que não foi resolvido, a Catarina vai comprar outro daqui a três semanas com o mesmo cartão, e esse também vai

custar mais do que o etiquetado.

O endividamento ao consumo não é uma falha moral individual. É o resultado previsível de um sistema desenhado para que pessoas com rendimento insuficiente e estados emocionais não resolvidos tomem decisões de consumo que beneficiam os credores.

A oração moderna não é dirigida a nenhum deus em particular. É o gesto ritual do cartão na máquina — a passagem que transforma o desejo em posse e a insatisfação em sensação temporária de resolução. Como todas as orações, funciona enquanto dura. E como todas as orações a entidades que não respondem, precisa de ser repetida

EXERCÍCIO DE MERDA

Pensa na última compra significativa que fizeste sem necessidade clara. Agora identifica o estado emocional que precedeu a decisão. Tristeza, tédio, ansiedade, inveja, pressão social, sensação de merecimento, impulso de recompensa após dificuldade? A resposta não precisa de produzir culpa — a culpa é inútil. Precisa de produzir informação. Quando sabes o que estás a tratar com a compra, podes decidir se há tratamentos mais eficazes disponíveis para esse estado específico.

Ter tudo e continuar vazio

Há um fenómeno que os economistas do bem-estar estudaram extensamente e que qualquer pessoa com acesso a suficientes bens de consumo conhece por experiência directa: o patamar de adaptação hedónica. A capacidade humana de se adaptar, com rapidez notável, a qualquer nível de condições materiais — para baixo e para cima — de tal forma que o nível de satisfação subjectiva tende a regressar a um ponto de equilíbrio relativamente estável independentemente das mudanças nas circunstâncias externas.

Em termos práticos: o apartamento novo que era exactamente o que faltava para ser feliz passa a ser apenas o apartamento passado um ano. O carro que resolvia definitivamente a insatisfação com o anterior passa a ser o carro, ponto, depois de algumas semanas. O ordenado que parecia suficiente para tudo, quando finalmente chegou, revelou uma nova fronteira de insuficiência um pouco mais adiante.

Isto não é pessimismo — é a descrição de um mecanismo evolutivo que tem a sua lógica: se a satisfação com qualquer conquista fosse permanente, o incentivo para continuar a agir desapareceria. A insatisfação é o motor. A adaptação é o que garante que o motor nunca pára.

O problema é quando este mecanismo é capturado por um sistema económico que tem interesse em que nunca chegues ao suficiente. O capitalismo de consumo não funciona com pessoas satisfeitas — funciona com pessoas que estão permanentemente a um produto de distância da satisfação. E como a satisfação nunca chega, o produto seguinte é sempre necessário.

O vazio que o consumo promete preencher não é preenchido pelo consumo. Isso não é uma crítica ao capitalismo, é apenas a descrição honesta do que o capitalismo é e do que não é.

Ter tudo e continuar vazio não é falha do que se tem. É a natureza do vazio em questão. Há vazios que os objetos não preenchem — de sentido, de conexão, de presença genuína, de aceitação de si mesmo que não depende da validação externa. Estes vazios não têm solução de consumo. E o mercado, que percebeu isto antes de nós, vende experiências em vez de objetos quando os objetos claramente não chegam — e quando as experiências também não chegam, vende a transformação interior, que é a mais cara de todas e a única que tem de ser recomprada todos os anos porque nunca foi realmente vendida.

O foda-se ao consumismo não é foda-se às coisas. É foda-se à ideia de que as coisas resolvem o que as coisas não resolvem. É a recusa de continuar a jogar um jogo cujas regras garantem que nunca se ganha — não porque a vida seja má, mas porque o jogo foi desenhado dessa forma.

Compra o que precisas. Compra o que te dá prazer genuíno. Compra o casaco porque gostas do casaco, não porque o casaco vai resolver a quinta-feira.

A quinta-feira resolve-se de outras formas. O casaco fica.

"O capitalismo percebeu que insegurança vende muito bem."

Capítulo 15

Virtude Performativa e Outras Formas de Narcisismo Moral

Existe uma distinção que a ética filosófica discute há milénios e que as redes sociais tornaram urgentemente prática: a distinção entre fazer o bem e parecer que se faz o bem. Entre ter valores e demonstrar que se tem valores. Entre a virtude como prática — conjunto de hábitos, escolhas e ações que moldam o carácter ao longo do tempo — e a virtude como sinal — conjunto de declarações, gestos e afiliações que comunicam ao mundo que se está do lado certo.

Esta distinção não é nova. Aristóteles já a fazia. Jesus de Nazaré dedicou-lhe parábolas inteiras. A hipócrita grega era originalmente o actor — o que usa máscara. Toda a tradição filosófica e religiosa com alguma seriedade sobre ética passou boa parte do tempo a avisar que a aparência de virtude não é virtude, que o gesto público não substitui a acção privada, que quem faz o bem para ser visto a fazê-lo está a fazer, em rigor, outra coisa.

O que as redes sociais fizeram foi criar uma infra-estrutura de recompensa para a aparência de virtude que torna o comportamento hipócrita não apenas mais fácil, mas, do ponto de vista dos incentivos disponíveis, mais racional do que a virtude genuína.

Sofrer em público por reputação privada

O sofrimento público é uma das formas mais eficazes de gestão de reputação disponíveis no ecossistema das redes sociais. A pessoa que partilha a sua dor — a doença, o luto, a dificuldade, o medo — e o faz de forma que comunica vulnerabilidade sem perder compostura, que é honesta sem ser embaraçosa, que convida à empatia sem exigir nada em troca, gera um tipo de capital social que outras formas de publicação raramente atingem.

Nenhum post de conquista gera a mesma qualidade de resposta que o post de sofrimento bem construído. A conquista provoca admiração misturada com inveja. O sofrimento provoca empatia pura — ou pelo menos a sua simulação, que nas redes sociais é indistinguível do original. Os comentários são mais quentes, mais pessoais, mais investidos. O alcance é maior. A ligação percebida com a audiência é mais profunda.

Há sofrimento público genuíno. Há pessoas que partilham dificuldades reais sem

cálculo e que encontram nas respostas da audiência um conforto que não é fictício. Este uso existe e tem valor.

O problema não é partilhar sofrimento. É quando o sofrimento é gerido, editado e publicado com consciência do efeito que vai produzir na audiência — quando passa de experiência a conteúdo.

A gestão do sofrimento como conteúdo tem custos que raramente são discutidos. O primeiro é que obriga a manter uma relação com a própria dor que é incompatível com o processo de a superar: para continuar a produzir conteúdo de sofrimento, é necessário continuar a sofrer de forma suficientemente visível. O segundo é que cria uma dependência da validação externa no momento de maior fragilidade — exactamente quando a pessoa mais precisaria de recursos internos, entrega a gestão do seu estado emocional à resposta de desconhecidos.

CASO DE ESTUDO — O DIÁRIO PÚBLICO DO RODRIGO

O Rodrigo foi diagnosticado com uma doença crónica há dois anos. Começou a documentar o processo nas redes sociais, inicialmente para informar amigos próximos. A conta cresceu. O Rodrigo tem agora quarenta mil seguidores que acompanham a sua jornada.

O Rodrigo admite, em privado, que já não sabe distinguir o que sente do que publica sobre o que sente. Que alguns dias se apercebe de que está a formular a experiência em termos publicáveis antes de a ter completamente vivido. Que quando um dia corre bem, sente uma pressão ligeira para encontrar alguma sombra nele — porque os posts sobre dias difíceis têm mais alcance.

O Rodrigo não é mau. É humano numa estrutura de incentivos que recompensa o sofrimento e penaliza a recuperação. A doença é real. O que a doença se tornou online é outra coisa.

Moralidade com filtro Instagram

A moralidade com filtro Instagram não é a moralidade que guia as escolhas privadas — é a moralidade que se exhibe nas escolhas públicas. É a que aparece nas redes sociais, nas conversas onde há audiência, nas posições tomadas sobre assuntos em que a posição correcta é clara e pouco custosa de defender.

Esta moralidade tem características específicas que a distinguem da genuína. É seletiva: é mais activa em relação a causas distantes do que a problemas próximos, mais intensa em relação a figuras públicas do que a pessoas conhecidas, mais visível em relação a comportamentos alheios do que a comportamentos próprios. É encenada: surge com

maior frequência em contextos públicos do que em privado, é mais elaborada quando há audiência e mais silenciosa quando não há. E é conveniente: tende a concentrar-se nas causas que geram aprovação no grupo de pertença e a evitar as que geram conflito.

Há uma correlação inversa que raramente é mencionada: a intensidade com que alguém defende valores em público tem uma relação fraca com a consistência com que os aplica em privado. A pessoa mais vocal sobre igualdade de género pode ser a que trata pior os subordinados. O defensor mais activo dos direitos dos animais pode ser o que mais ignora os cuidados básicos com o seu próprio cão. O militante mais convicto sobre ética empresarial pode ser o que assina contratos mais exploratórios quando ninguém está a ver.

A virtude que existe apenas quando há testemunhas não é virtude. É gestão de impressão com vocabulário ético.

Isto não significa que toda a expressão pública de valores é desonesta. Significa que a expressão pública de valores não é evidência suficiente da sua existência real e que confundir a performance com a prática é um erro que se repete com a credulidade dos que querem acreditar.

O ego altruísta

Existe uma categoria de acção que é simultaneamente genuinamente boa e estruturalmente narcísica: o altruísmo que precisa de ser visto. A caridade fotografada. A ajuda documentada. O voluntariado partilhado. O donativo anunciado.

A psicologia moral faz aqui uma distinção importante: a motivação mista não invalida a acção. Uma pessoa pode ajudar genuinamente alguém e ao mesmo tempo ter prazer em ser vista a ajudar — e o resultado para quem foi ajudado é o mesmo independentemente da mistura motivacional. Exigir pureza motivacional como condição de valor moral seria um padrão tão elevado que eliminaria a maioria das ações humanas da categoria do bem.

Mas há um ponto onde a mistura se torna problema: quando a necessidade de ser visto a fazer o bem começa a determinar que bem se faz, em vez de o contrário. Quando se escolhe a causa pela sua visibilidade em vez da sua urgência. Quando o voluntariado fotografado recebe mais investimento do que o voluntariado invisível que resolveria mais problemas. Quando o donativo público substitui o privado porque gera capital social que o privado não gera.

Neste ponto, o altruísmo inverteu a lógica: não está a servir quem precisa de

ajuda, está a servir a imagem de quem ajuda.

O ego altruísta é particularmente resistente à crítica porque se defende com o bem que genuinamente produz. "Pelo menos estou a fazer alguma coisa" é um argumento válido em relação a quem não faz nada. Não é um argumento suficiente quando o "alguma coisa" foi escolhido para maximizar visibilidade em vez de impacto e quando a energia disponível para impacto real foi gasta na gestão da narrativa sobre o impacto.

Hashtags como substituto de coragem

Há momentos em que o mundo produz eventos de tal magnitude — catástrofes, injustiças, violências que não podem ser ignoradas — que criar conteúdo de resposta parece necessário. A hashtag de solidariedade, o frame de bandeira, o post de indignação.

Este impulso é compreensível e não inteiramente vazio: a visibilidade de certos eventos tem consequências reais, a expressão colectiva de repúdio tem valor simbólico e o isolamento de quem sofre é aliviado pelo reconhecimento de que outros veem.

Mas há uma forma muito específica em que as hashtags se tornam substituto em vez de complemento: quando são o primeiro e único gesto, quando esgotam o orçamento de atenção disponível para o problema, quando a sensação de ter feito alguma coisa — de ter publicado, de ter demonstrado a posição correcta — extingue a urgência de fazer qualquer coisa que tenha efeito no mundo material.

O fenómeno tem um nome académico — slacktivism — e uma dinâmica documentada: a realização de um pequeno gesto simbólico em favor de uma causa reduz, em certos contextos, a probabilidade de acção subsequente mais custosa e mais eficaz. Não porque as pessoas sejam cínicas, mas porque o gesto resolve a tensão emocional que seria o motor da acção real.

A coragem que cabe inteira num post não é coragem. É o seu avatar, com foto de perfil e hashtag relevante.

Coragem real tem fricção. Tem custo. Tem consequências que não se controlam. Implica agir mesmo quando não há audiência, mesmo quando o resultado é incerto, mesmo quando a posição que se defende não é popular no grupo. Implica dizer verdades inconvenientes para pessoas específicas em contextos privados, não apenas posições convenientes para audiências genéricas em contextos públicos.

EXERCÍCIO DE MERDA

Pensa numa causa que defendes com convicção nas redes sociais. Agora conta o número de ações concretas que tomaste em favor dessa causa nos últimos doze meses — ações que custaram tempo, dinheiro ou conforto social real, não posts. Se o número for zero ou próximo disso, a questão não é se a causa é justa. É se o que fazes com ela é ativismo ou é gestão de identidade com boa intenção.

A necessidade desesperada de parecer bom

Por baixo da virtude performativa, quando se remove a análise estrutural e se chega à psicologia individual, há frequentemente algo simples e humano: a necessidade de ser aprovado. De ser visto como boa pessoa. De ocupar, no mapa social do próprio grupo, uma posição de respeito moral.

Esta necessidade não é patológica. É uma necessidade humana legítima — o reconhecimento pelos outros tem valor real para o bem-estar e a aprovação do grupo tem função social genuína. O problema não é querer ser visto como bom. O problema é quando essa necessidade é satisfeita pela aparência de virtude em vez de pela virtude — quando é mais fácil e mais eficiente parecer bom do que ser bom e o sistema de incentivos disponível recompensa o mais fácil.

Há uma pressão específica nos grupos com forte identidade moral — grupos definidos por valores partilhados, sejam religiosos, políticos, ambientalistas, veganos, ou qualquer outra configuração — para a demonstração constante de alinhamento. O membro do grupo que não demonstra suficientemente os valores corretos é suspeito de desvio. A demonstração frequente é a forma de garantir a posição. E a demonstração frequente, quando a vida privada não está à altura da performance pública, requer cada vez mais energia de gestão.

A pessoa que precisa de parecer boa constantemente está a trabalhar mais do que a que simplesmente é razoavelmente boa de forma inconsistente e sem audiência.

A virtude genuína tem uma característica que a distingue da encenada: não precisa de ser anunciada. A pessoa que age de acordo com os seus valores em privado — que é honesta nas transações onde a desonestidade não seria detetada, que ajuda quando não há ninguém a ver, que mantém a coerência entre o que diz e o que faz quando a audiência está ausente — não precisa de gerir uma narrativa pública sobre a sua bondade.

Porque a narrativa é o substituto da coisa real. E quem tem a coisa real não precisa do

substituto.

Muita virtude moderna é vaidade com vocabulário ético. Não é desonesta — é apenas *insuficiente*. E a insuficiência é exactamente o que fica quando se remove o palco.

"Muita virtude moderna é vaidade com vocabulário ético."

Capítulo 16

Deus, Cristais e Outras Formas Elegantes de Negar a Realidade

Uma nota de abertura que este capítulo exige: a fé religiosa genuína — a crença sincera e sustentada numa dimensão transcendente da existência, vivida com coerência e sem pretensão de impor ao outro — é uma experiência humana com história, com profundidade filosófica e com efeitos documentados no bem-estar e no sentido de comunidade de quem a pratica. Este capítulo não é uma crítica a essa fé.

O que este capítulo critica é outra coisa: o mercado da transcendência. A espiritualidade como produto de consumo. A fé sem exigência. O conforto sobrenatural servido em formato de assinatura mensal, com retiro de fim-de-semana incluído no pacote premium.

Deus — seja qual for a versão que cada um prefere — merece mais respeito do que um funil de vendas. Os cristais merecem pelo menos a honestidade sobre o que são. E o adulto ansioso que os compra merece melhor do que a promessa de que a pedra de quartzo vai resolver o que a terapia ainda não resolve.

Espiritualidade de consumo rápido

A espiritualidade de consumo rápido é o resultado inevitável de dois processos em colisão: o declínio das estruturas religiosas tradicionais nas sociedades ocidentais secularizadas, que deixou um vazio de sentido e de comunidade que não foi preenchido por nada de equivalente; e o mercado de consumo, que detetou o vazio e providenciou preenchimento ao preço de tabela.

O que ficou disponível quando as igrejas esvaziaram não foi o ateísmo tranquilo dos filósofos — esse requer o trabalho de construir sentido sem andaimes sobrenaturais, o que é exigente e não vende muito bem. O que ficou disponível foi o supermercado espiritual: um conjunto vasto e pouco coerente de práticas, crenças, objetos e rituais extraídos de tradições diversas, despojados do seu contexto original, reembalados para consumo ocidental e vendidos a pessoas que querem a experiência subjectiva da transcendência sem o compromisso teológico, ético ou comunitário que as tradições originais exigiam.

Do budismo ficou a meditação — sem os preceitos, sem a filosofia, sem a noção de

sofrimento como condição estrutural que requer transformação profunda. Do hinduísmo ficou o yoga — sem a tradição filosófica, sem a cosmologia, sem o contexto de uma vida vivida de acordo com os seus princípios. Das tradições indígenas ficaram os cristais, o palo santo e o dreamcatcher — sem o povo, sem a história, sem o sistema de conhecimento do qual fazem parte.

A espiritualidade de consumo é ao sagrado o que o fast food é à culinária: reconhecível, satisfatório no imediato e fundamentalmente desprovido do que tornava o original nutritivo.

Coaches místicos e iluminação parcelada

O coach espiritual é uma das figuras mais intrigantes do ecossistema contemporâneo do bem-estar. Não é terapeuta — não tem formação clínica, não tem supervisão profissional, não tem código deontológico com dentes. Não é padre, rabino ou imã — não representa uma tradição com teologia, com comunidade, com exigência de coerência doutrinária. Não é filósofo — não está comprometido com a verdade como fim em si mesmo, com o rigor argumentativo, com a revisão das próprias posições perante evidência contrária.

O coach espiritual é uma categoria nova que combina a linguagem da psicologia, a estética da espiritualidade e a estrutura do negócio de serviços pessoais. Tem um Instagram com citações sobre abundância. Tem um podcast sobre despertar interior. Tem um retiro anual em local com boa luz natural. Tem um programa de acompanhamento individual com preço que reflete o "valor transformacional" da experiência.

O que o coach espiritual vende, na sua versão mais honesta, é atenção e estrutura — duas coisas com valor real que a vida moderna fornece em quantidade insuficiente. O problema não é que cobrem por isso. O problema é o vocabulário em que a transação é embrulhada: o universo, a missão de vida, a energia bloqueada, o plano superior, a cura que a ciência não consegue explicar.

Este vocabulário serve uma função específica: coloca a experiência fora do alcance da verificação crítica. Se a transformação não aconteceu, é porque o cliente ainda não está pronto, não está suficientemente aberto, ainda tem bloqueios que precisam de mais trabalho — e, conseqüentemente, de mais sessões.

É um modelo de negócio notável na sua resistência ao escrutínio. O produto que não funcionou é evidência de que é necessário mais produto. A falha é sempre do cliente, nunca

da promessa. A irresponsabilidade é total e está estruturalmente garantida.

CASO DE ESTUDO — A FILIPA E O XAMÃ DO PORTO

A Filipa foi a três sessões com um facilitador de "jornadas de cura integrativa" — um homem de quarenta e oito anos com formação certificada por uma instituição que ele próprio fundou, uma voz profunda e uma colecção de elementos decorativos de quatro continentes no escritório.

Cada sessão custou cento e vinte euros e durou noventa minutos, dos quais trinta foram de silêncio com música ambiente e quarenta foram de conversa sobre os bloqueios energéticos da Filipa. O facilitador disse-lhe que tem "uma sensibilidade fora do comum que precisa de ser desbloqueada" e que vai precisar de pelo menos mais seis sessões para "completar o ciclo".

A Filipa sentiu-se vista. Sentiu-se especial. Saiu de cada sessão a sentir que alguma coisa tinha mudado. Nenhuma coisa específica mudou. O facilitador tem lista de espera de três semanas.

A alma transformada em assinatura mensal

A indústria do bem-estar espiritual tem um problema de modelo de negócio que resolve com elegância: se o produto realmente funcionasse — se a pessoa encontrasse a paz, o alinhamento, o propósito, a cura que o produto promete — pararia de comprar. A iluminação genuína não precisa de assinatura mensal.

A solução é a iluminação parcelada: cada sessão, cada retiro, cada curso online, cada meditação guiada resolve uma camada do problema enquanto revela a próxima. O crescimento espiritual é apresentado como processo sem fim, o que é parcialmente verdade — qualquer tradição contemplativa séria diria o mesmo — mas que neste contexto serve principalmente para garantir que o cliente nunca chega ao destino que justificaria parar de comprar.

O mercado espiritual compreendeu que a ansiedade existencial é inesgotável como fonte de procura. A questão de sentido — para quê, porquê, o que fica depois, o que importa — não tem resposta definitiva disponível no prazo de entrega de um produto de consumo. Mas pode ser acompanhada indefinidamente por um conjunto de práticas, rituais e relações comerciais que criam a sensação de estar a trabalhar nela.

A sensação de estar a trabalhar no crescimento espiritual é o produto. Não o crescimento, a sensação do crescimento. São coisas diferentes com preços semelhantes.

Os cristais merecem um parágrafo próprio porque são o símbolo mais preciso desta economia: são pedras. São geologicamente interessantes, esteticamente atraentes em certos casos e completamente desprovidas de propriedades de cura, de alinhamento energético ou de qualquer outra função que não seja a de pedra. A crença de que o quartzo rosa atrai amor, que a ametista promove paz interior ou que a obsidiana protege de energias negativas não tem qualquer base empírica.

E, no entanto, o mercado dos cristais terapêuticos é de vários milhares de milhões de dólares e cresce todos os anos. Não porque as pessoas sejam estúpidas — não são. Mas porque o ritual de escolher, comprar, colocar e cuidar de uma pedra preenche uma necessidade de prática contemplativa, de simbolismo material e de sensação de agência sobre aspetos da vida que parecem fora de controlo. A pedra não cura. O ritual ao redor da pedra pode ter algum efeito — o mesmo efeito que qualquer ritual de intenção e atenção tem, com ou sem a pedra.

O conforto sobrenatural

Há uma razão pela qual as religiões existem há tanto tempo e são tão difíceis de substituir: resolvem problemas que a razão não resolve. A questão da morte — a consciência de que este processo termina, que tudo o que se amou e construiu desaparece, que a memória de si mesmo se dissipa em gerações — não tem resposta racional satisfatória. A ciência descreve o processo com precisão crescente e não alivia o peso da consciência dele.

A fé oferece o que a razão não oferece: um enquadramento no qual a morte não é o fim, no qual o sofrimento tem sentido, no qual a injustiça do mundo é corrigida numa escala que a história não confirma, mas que a esperança requer. Este enquadramento é, para quem o habita genuinamente, uma das formas mais eficazes de paz com a condição humana que existe.

O problema não é o conforto sobrenatural. O problema é quando é vendido como produto sem a exigência que as tradições que o produziram sempre associaram a ele. A fé genuína, nas tradições que a levaram a sério, não foi nunca apenas conforto — foi também exigência ética, responsabilidade comunitária, compromisso com algo maior do que o eu individual. O conforto era o resultado de uma vida vivida de determinada forma, não o produto de uma assinatura.

O conforto sobrenatural sem exigência é paracetamol existencial. Alivia o

sintoma. Não trata a causa.

Mas é muito mais fácil de vender do que a versão que requer mudança de vida. E o mercado, como sempre, otimiza para o que é mais fácil de vender.

Fugir da vida com incenso premium

Há um fio que percorre toda a espiritualidade de consumo — da meditação de aplicação ao retiro de ayahuasca, do cristal de quarenta euros ao coach espiritual de cento e vinte euros por sessão — e que raramente é nomeado directamente: a fuga.

Não a fuga vulgar, irresponsável, de quem simplesmente recusa a realidade. A fuga sofisticada, com vocabulário de crescimento, que apresenta o afastamento da vida quotidiana como aprofundamento espiritual. Que chama ao evitar de problemas reais "trabalho interior". Que transforma a incapacidade de estar presente no próprio dia numa "prática contemplativa". Que substitui a conversa difícil com o parceiro pelo retiro de fim-de-semana onde se trabalha "a relação com o eu interior".

A vida quotidiana — com o trabalho que cansa, as relações que exigem, os problemas que não têm solução elegante, o corpo que envelhece, o dinheiro que falta, a morte que se aproxima na proporção exata em que a vida avança — é a única vida disponível. Não há versão mais espiritual dela à espera de ser descoberta através de uma prática suficientemente sofisticada. Há apenas esta, com toda a sua textura desconfortável e sem iluminação especial.

A maioria das pessoas não quer transcendência. Quer conforto sem silêncio. E a indústria espiritual, que percebeu isto melhor do que as tradições que diz representar, vende exactamente isso.

O silêncio real — o silêncio em que se ouve o que se tem evitado ouvir, em que as questões sem resposta ficam presentes sem escapatória, em que a vida como é tem de ser habitada sem anestesia — é o que as tradições contemplativas sérias sempre pediram. É também o que o mercado espiritual nunca pode vender, porque não é confortável, não é instagramável e não resolve em noventa minutos.

O foda-se aqui é a recusa da anestesia. Não a recusa da espiritualidade — a recusa da versão de produto dela que serve principalmente para não ter de estar presente na vida que existe.

Habitar a realidade é difícil. É a única coisa disponível. E há, nessa dificuldade específica, uma profundidade que nenhum cristal atinge — porque é tua, não comprada e não precisa de ser renovada mensalmente.

"A maioria das pessoas não quer transcendência. Quer conforto sem silêncio."

PARTE IV - O FODA-SE DE MESTRE

A arte fina da indiferença seletiva

Capítulo 17

O Foda-se Estratégico

Chegámos à parte do livro em que o tom muda ligeiramente. Não porque o sarcasmo acabe — não acaba, é uma condição crónica — mas porque as três partes anteriores foram essencialmente destrutivas: demoliram ilusões, expuseram mecanismos, diagnosticaram problemas. Esta quarta parte propõe-se a algo diferente, embora não exactamente oposto: não construir uma utopia alternativa, não prescrever felicidade, não oferecer o que o livro prometeu desde o início que não ia oferecer.

Propõe-se a afiar a ferramenta. O foda-se que percorre todo o livro como resposta implícita a cada ilusão desmontada existe em graus — do foda-se impulsivo, ruidoso e ineficaz ao foda-se de mestre: preciso, discreto, devastadoramente eficaz.

A diferença entre os dois não é de intenção. É de competência. E a competência, neste como em tudo, distingue quem usa a ferramenta de quem é usado por ela.

Nem toda a batalha merece saliva

O adulto não treinado no uso estratégico do foda-se tende a um dos dois extremos: ou responde a tudo — cada provocação, cada comentário, cada situação que não devia ser — com uma intensidade que se esgota rapidamente e que raramente produz resultado; ou não responde a nada — engole, cede, tolera, finge que está bem — até que o acumular produz uma ruptura desproporcional ao gatilho imediato.

Ambos os extremos têm o mesmo problema: ausência de triagem. A triagem é a competência fundamental do foda-se estratégico — a capacidade de avaliar, antes de qualquer resposta, se esta situação específica merece o investimento de energia que responder implica.

A triagem começa com uma pergunta simples que raramente é feita: daqui a cinco anos, isto vai importar? A resposta honesta à maioria das situações que ativam indignação ou conflito é não. A discussão com o colega sobre o método de apresentação não vai importar. A mensagem passivo-agressiva do familiar não vai importar. O comentário irritante nas redes sociais não vai importar. O chefe que usa mal o teu nome no e-mail não vai importar.

Isto não significa ignorar tudo. Significa reconhecer a categoria do que se tem à frente antes de decidir o que fazer com isso. Há situações que importam daqui a cinco anos — violações de valores fundamentais, danos reais a pessoas que se protege, padrões que se estabelecem e que, se não forem interrompidos agora, criam precedentes que sim, vão importar. Estas merecem resposta, energia, persistência.

O problema não é a luta. É lutar com a mesma intensidade em tudo — o que garante estar sempre exausto e nunca ganhar o que importa, porque a energia está distribuída uniformemente por coisas que têm valores completamente diferentes.

A seleção de batalhas não é cobardia. É gestão de recursos. O guerreiro que combate todas as provocações é um guerreiro que vai ser derrotado por cansaço muito antes de chegar à batalha que realmente importa.

EXERCÍCIO DE MERDA

Pensa na última vez que gastaste energia significativa — emocional, temporal, relacional — em algo que agora, com alguma distância, reconheces como não ter valido o investimento. Não com culpa — com informação. Que característica tinha essa situação que a tornou magneticamente difícil de ignorar apesar de ser objectivamente pouco importante? Identificar o padrão é o primeiro passo para o não repetir automaticamente.

O poder de não responder

Existe um princípio que os negociadores, os diplomatas e as pessoas verdadeiramente difíceis de manipular conhecem bem e que raramente é ensinado explicitamente: o silêncio é uma posição. Não responder é uma resposta. E em muitos contextos, é a resposta disponível mais eficaz.

A cultura da comunicação instantânea criou uma expectativa de resposta imediata que é, do ponto de vista estratégico, uma desvantagem para quem a cumpre. A resposta imediata é a resposta emocional — o que se sente no momento do estímulo, antes de qualquer processamento, qualquer consideração de contexto, qualquer avaliação de custo-benefício. É frequentemente a resposta mais honesta e quase nunca a mais eficaz.

O não responder tem várias funções que a resposta imediata não tem. Cria incerteza no outro sobre o efeito que a mensagem produziu — e a incerteza é desconfortável para quem enviou. Remove do outro a satisfação de ter produzido uma reacção visível, que é

frequentemente o objetivo da provocação. Dá tempo para processar o que aconteceu, o que permite uma resposta calibrada quando a resposta é necessária. E, em muitos casos, simplesmente dissolve o problema — a maioria das situações que parecem exigir resposta imediata resolve-se por si mesma se for ignorada tempo suficiente.

A pessoa que nunca deixa de responder é previsível. A pessoa previsível é fácil de manipular. A pessoa que às vezes não responde — e que a outra parte não consegue prever quando isso vai acontecer — tem uma vantagem estrutural em qualquer interação que envolva conflito de interesses.

Isto não é passividade. É o oposto da passividade — é a escolha activa de não reagir, que requer mais disciplina do que reagir e produz mais resultado do que a maioria das reações.

O silêncio calculado é a arma branca do foda-se estratégico. Não faz barulho. Não se justifica. E irrita exactamente o suficiente para ser eficaz sem ser o suficiente para ser acusável.

Frieza elegante

A frieza elegante é a capacidade de lidar com situações que ativariam raiva, humilhação ou ansiedade noutras pessoas com uma compostura que não é dissimulação — é genuína — e que tem um efeito específico sobre quem está do outro lado: o desconforto de não ter conseguido produzir o efeito esperado.

Não é frieza como ausência de emoção — isso seria dissociação, não elegância. É frieza como escolha de não deixar que a emoção dite a resposta. A diferença é fundamental: na primeira, não há emoção; na segunda, há emoção que foi processada suficientemente para não ser o piloto automático da reação.

A frieza elegante desenvolve-se com prática — e a prática começa pelo reconhecimento do intervalo entre o estímulo e a resposta. Victor Frankl, sobrevivente de campos de concentração e fundador da logoterapia, identificou este intervalo como o espaço da liberdade humana: no espaço entre o que acontece e a nossa resposta existe a possibilidade de escolha. O intervalo pode ser de segundos ou de dias, conforme a situação — mas existe sempre e a capacidade de o habitar em vez de saltar imediatamente para a resposta automática é o que distingue a reação da acção.

A pessoa que mantém compostura quando o ambiente pressiona para a perda de

compostura não está a reprimir. Está a exercer a única forma de poder que nenhuma circunstância externa pode retirar completamente: a escolha de como responder ao que acontece.

Há uma estética específica da frieza elegante que é, por si só, uma forma de comunicação. A resposta calma a um ataque verbal comunica: isto não me atinge suficientemente para me perturbar, o que pode ser verdade ou pode ser a intenção — mas do ponto de vista do efeito, é indistinguível. O atacante que não produz a reação esperada está em posição de maior desvantagem do que quem reage com a intensidade certa.

A arte adulta de sair sem drama

Existe um talento que poucos possuem e que vale mais do que é reconhecido: a capacidade de sair de situações, relações e contextos que deixaram de servir sem produzir drama proporcional à saída.

O drama na saída raramente beneficia quem sai. Beneficia quem fica — porque dá ao que ficou a narrativa da pessoa perturbada, do exagero, da reação desproporcional. A saída com drama confirma a versão do outro lado sobre porque era melhor que saísse. A saída sem drama priva o outro lado de qualquer narrativa útil.

Sair sem drama de um emprego que te esgotou não significa fingir que está tudo bem. Significa não queimar pontes que podem ser úteis, não dizer tudo o que se pensa na entrevista de saída (que vai parar ao gestor que se quer criticar), não produzir cenas que vão circular como história durante anos. Significa sair com a cabeça erguida, tratar as formalidades com profissionalismo e reservar a análise honesta para os contextos onde produz alguma coisa útil.

Sair sem drama de uma relação — amorosa, de amizade, familiar — não significa não ter sentimentos sobre o fim. Significa não transformar o fim em espetáculo. Não envolver toda a rede de conhecidos comuns na gestão do teu estado emocional. Não usar as redes sociais como tribunal de segunda instância. Não fazer do outro o vilão de uma narrativa pública que te posiciona como protagonista sofredor.

A saída limpa é, frequentemente, a vingança mais eficaz. Porque não dá ao outro o que o outro queria: a prova de que te afetou suficientemente para perderes a compostura.

E se te afetou — e às vezes afetou genuinamente e a dor é real — isso é para gerir em

privado, com pessoas de confiança, não em público para consumo de quem causou o dano.

Economia da energia mental

A energia mental é finita. Isto é um facto neurológico, não uma metáfora motivacional: a capacidade de tomar decisões, processar informação, regular emoções e exercer autocontrolo esgota-se ao longo do dia e recupera com descanso. O que se gasta em conflitos desnecessários não está disponível para o que importa.

A economia da energia mental é a aplicação desta realidade à gestão da vida quotidiana: a decisão consciente de não gastar recursos cognitivos e emocionais em situações que não merecem o investimento, de forma a ter esses recursos disponíveis para as que merecem.

Os operacionais desta economia são simples, mas requerem prática. Automatizar as decisões que não precisam de ser pensadas — o que vestir, o que comer, a rota para o trabalho — liberta capacidade para o que requer atenção real. Limitar a exposição a estímulos que ativam resposta emocional sem produzir nenhum resultado útil — as redes sociais, as notícias em loop, as conversas que circulam sem avançar — preserva capacidade que de outra forma seria gasta em ativação sem saída. E — o mais importante — reduzir o inventário de situações abertas: as conversas que ficaram por ter, os conflitos que ficaram por resolver, as decisões que ficaram por tomar. Cada situação aberta ocupa espaço mental mesmo quando não está em foco.

O foda-se estratégico é, na sua dimensão mais prática, uma política de gestão de recursos: fechar o que precisa de ser fechado, ignorar o que merece ser ignorado e ter energia de sobra suficiente para as batalhas que valem a pena travar.

Não é indiferença geral ao mundo. É indiferença seletiva, calibrada, dirigida ao que não merece — de forma a que o que merece receba atenção com a qualidade que requer.

O mestre do foda-se não é o que diz foda-se a tudo. É o que diz foda-se às coisas certas, com o timing certo, com a intensidade certa — e que reserva o seu melhor para o que merece o seu melhor. Que é, invariavelmente, muito menos do que o quotidiano pressiona para que seja tudo.

"Maturidade é perceber que o silêncio irrita mais."

Capítulo 18

Pequenas Maldades com Classe

Uma advertência antes de começar: este capítulo é o mais perigoso do livro. Não porque o conteúdo seja tecnicamente difícil ou moralmente indefensável — é, em certos aspetos, ambas as coisas, mas isso nunca impediu ninguém de ler com interesse. É perigoso porque vai ser mal usado por exactamente o tipo de pessoa para quem não foi escrito.

Foi escrito para pessoas que, depois de absorver dezasseis capítulos de análise lúcida sobre o mundo e sobre si mesmas, têm um sentido de humor suficientemente desenvolvido para reconhecer a diferença entre crueldade inteligente e crueldade ordinária. Para pessoas que entendem que a maldade com classe não é um sistema de vida mas uma ferramenta de emergência — a resposta calibrada a situações que merecem mais do que silêncio e menos do que guerra aberta.

Para as outras pessoas — as que vão ler isto como manual de manipulação, como legitimação da sua tendência natural para ferir os outros — uma nota: já não precisavam deste capítulo. Já o estavam a fazer. Só que sem estilo.

Cortesia venenosa

A cortesia venenosa é a arte de dizer exactamente o que se pensa usando as formas externas da educação. É o elogio estruturado de forma que o alvo percebe que foi atingido, mas não consegue identificar o projétil. É a concordância que é, na realidade, a crítica mais devastadora possível. É a pergunta que não é uma pergunta.

O seu fundamento é uma assimetria: a resposta à agressão explícita é sempre a mesma — defesa, contra-ataque, escalada. A resposta à cortesia, mesmo venenosa, é mais difícil de calibrar, porque atacar o que parece gentileza posiciona mal o atacante. A pessoa que responde com raiva a uma observação dita com sorriso parece ter reagido de forma desproporcional, independentemente do conteúdo da observação.

Os exemplos clássicos do género têm uma estrutura reconhecível. "Que corajosa que tu és" dito a alguém que acaba de fazer uma escolha questionável — não é um elogio à coragem, é a sugestão de que a escolha era suficientemente má para requerer coragem para a fazer. "Adorei o que fizeste com o teu cabelo" dito sem especificar o quê — deixa o

destinatário a calcular se foi elogio ou observação. "É mesmo impressionante como consegues equilibrar tudo" dito a alguém que evidentemente não está a equilibrar nada — é uma forma de nomear o desequilíbrio com envoltura de admiração.

A cortesia venenosa não mente. Opera por implicatura — pelo que não é dito directamente, mas que qualquer pessoa atenta percebe. É, portanto, tecnicamente inatacável e completamente devastadora.

O seu uso requer precisão: uma observação mal calibrada — demasiado óbvia, demasiado pessoal, demasiado fora de contexto — transforma-se em insulto normal com pior embrulho. A elegância está no equilíbrio entre o que se diz e o que se implica, no tom que mantém plausível denegação, na expressão que genuinamente poderia ser interpretada de duas formas.

CASOS DE ESTUDO EM CORTESIA VENENOSA

"Tens uma capacidade notável de simplificar assuntos complexos." — Dito a alguém que acabou de dar uma opinião superficial sobre um tema que não domina. Tecnicamente é um elogio à clareza. Na prática é a observação de que o nível de análise é o de alguém que não entendeu a complexidade.

"Fico sempre impressionado com a tua confiança." — Dito a alguém que falou com segurança sobre algo em que estava visivelmente errado. Não é elogio à confiança. É a observação de que a confiança excede a competência, o que é pior do que incompetência simples.

"Não me teria lembrado de fazer assim, mas admiro que te tenhas sentido à vontade para o tentar." — Dito sobre um resultado claramente subóptimo. Tecnicamente não diz que estava errado. Diz que mais ninguém o teria tentado, o que diz tudo.

O elogio que humilha discretamente

O elogio humilhante é uma subcategoria da cortesia venenosa que merece tratamento separado pela sua sofisticação específica: é um elogio genuíno que, pelo contexto, pelo destinatário ou pelo que implica sobre quem elogia, é mais desconfortável do que uma crítica directa.

A sua forma mais comum é o elogio que rebaixa as expectativas: "Para o tempo que tens de experiência, está bastante bom." Tecnicamente elogia o resultado. Na prática estabelece que o padrão aplicado é inferior ao padrão normal, o que é um insulto embrulhado em encorajamento.

Existe também o elogio que estabelece comparação desfavorável sem a nomear: "É uma abordagem interessante" dito sobre algo que é claramente inferior à abordagem padrão — tecnicamente reconhece que existe uma abordagem, não diz que é a correcta. Ou "tens um estilo muito próprio" dito sobre algo que está fora das convenções estabelecidas por razões que não são criatividade.

E existe o elogio que humilha por comparação temporal: "Estás a melhorar muito" dito a alguém que está apenas a atingir o nível básico esperado — implica que o ponto de partida era suficientemente baixo para que a trajetória seja notável, o que é, dependendo do contexto, condescendência com sorriso.

O elogio que humilha tem uma vantagem sobre a crítica directa: é muito mais difícil de contestar. Contestar um elogio requer ou humildade encenada ("obrigado, mas não merecia") ou a admissão de que o destinatário percebeu a intenção real, o que significa que a crítica implícita chegou ao destino.

Em qualquer dos casos, o emissor fica bem posicionado.

Sabotagem passivo-agressiva

A sabotagem passivo-agressiva é tecnicamente menos elegante do que as duas formas anteriores — tem mais fricção, requer mais envolvimento, é mais fácil de identificar por observadores atentos. Mas tem uma eficácia específica em contextos onde a cortesia venenosa não é suficiente: quando se quer produzir resultado, não apenas desconforto.

A sua forma mais refinada opera por ausência em vez de acção. Não fazer a coisa que o outro esperava que fizesses, no prazo em que esperava, com a qualidade que esperava — e ter uma explicação completamente plausível para cada uma dessas ausências. O e-mail que ficou sem resposta porque "estava numa semana muito exigente". A tarefa entregue tarde porque "houve complicações imprevistas". O apoio que não apareceu porque "infelizmente já tinha compromissos nessa data".

Cada explicação é individualmente razoável. A consistência do padrão não o é — mas provar que o padrão é intencional em vez de circunstancial é extremamente difícil, o que é exactamente o ponto.

A sabotagem passivo-agressiva não produz confronto. Produz erosão. E a erosão, ao contrário do confronto, não tem um momento claro de início, o que torna a defesa contra ela significativamente mais difícil.

Uma nota de honestidade: a sabotagem passivo-agressiva é também a ferramenta mais usada por pessoas que não têm coragem para o conflito direto e que a disfarçam de estratégia quando é, em rigor, cobardia com pretensões táticas. A sua inclusão aqui é descritiva, não prescritiva — é útil saber como funciona, tanto para a usar com consciência quando realmente necessário quanto para a reconhecer quando está a ser usada contra ti.

E quando está a ser usada contra ti: a resposta mais eficaz é nomeá-la calmamente, uma vez, em privado, sem acusação, mas com clareza suficiente para que a outra parte saiba que foi detetada. Isto não resolve o problema — a pessoa que usa sabotagem passivo-agressiva raramente a abandona por ter sido nomeada. Mas muda a dinâmica de poder de forma suficiente para alterar o cálculo.

Vingança minimalista

A vingança é um instinto humano profundo e completamente compreensível. A ideia de que o dano causado deve ter consequências — que quem agiu mal deve sentir alguma coisa que corresponda ao que fez sentir — é, dentro de certos limites, uma afirmação de dignidade. Não é patologia. É a recusa de aceitar que o comportamento injusto não tem custo.

O problema com a vingança na sua forma não minimalista é o custo para quem a executa. A vingança elaborada requer investimento — de tempo, de energia, de atenção — que frequentemente excede o valor do resultado. E mantém o outro presente na mente do vingador muito mais tempo do que o saudável, o que é uma vitória do agressor que geralmente não foi planeada, mas acontece na mesma.

A vingança minimalista tem uma filosofia diferente: produzir o máximo de efeito com o mínimo de investimento. Não destruir — desconfortar. Não humilhar publicamente — criar o momento privado em que o outro percebe exactamente o que aconteceu, sem testemunhas que possam transformar o momento numa narrativa.

A forma mais eficaz da vingança minimalista é o sucesso visível. Não o sucesso ostentado — esse é demasiado evidente como resposta e perde a elegância. O sucesso que simplesmente acontece, que é visto porque existe, que não precisa de ser apontado porque a sua presença no campo de visão do outro faz o trabalho sozinho.

*"A melhor vingança é viver bem" é uma frase tão repetida que perden a força.
Mas continua a ser verdade e continua a ser das poucas formas de retribuição*

que beneficia quem a executa em vez de lhe sair caro.

O segundo plano da vingança minimalista é o desaparecimento total do radar — a recusa de continuar a existir no espaço mental do outro de qualquer forma que o alimente. Não a saída dramática que confirma que foi afetado suficientemente para sair com drama — a saída silenciosa que priva o outro da reação que esperava e que deixa no espaço apenas a dúvida sobre o que aconteceu do outro lado.

NOTA SOBRE OS LIMITES

Este capítulo descreve ferramentas. Como toda a ferramenta, pode ser usada bem ou mal. O critério de distinção não é complicado: a maldade com classe é uma resposta a dano real, usada com parcimónia, em situações onde o conflito direto teria custos desproporcionais. Não é um estilo de vida, não é a forma como se trata as pessoas por defeito, não é a resposta ao desacordo ou à discordância normal.

A pessoa que usa cortesia venenosa com toda a gente, sempre, não tem classe. Tem um problema de carácter que este capítulo não legitimou e que o leitor atento não deve confundir com sofisticação.

A elegância do desconforto calculado

Há uma última forma de maldade com classe que não encaixa exactamente em nenhuma das categorias anteriores porque não é reactiva — não é resposta a dano, não é defesa, não é retribuição. É ofensiva. É a criação deliberada de desconforto numa pessoa que merece ser desconfortada, não porque tenha feito algo específico, mas porque a sua presença no mundo seria melhorada por um momento de lucidez involuntária.

O desconforto calculado é a pergunta que não tem resposta confortável, feita no momento em que a ausência de resposta confortável é mais evidente. É a observação que expõe uma contradição que a outra pessoa tem vivido sem examinar. É o comentário que não é um ataque — é um espelho posto no ângulo certo na hora certa.

A sua eficácia depende de duas condições: que o desconforto produzido seja genuíno — que a pergunta ou observação toque em algo real, não numa fantasia do emissor sobre o que seria desconfortável — e que seja feito com uma serenidade que não permite que seja reclassificado como ataque. A pergunta feita com raiva é uma acusação. A mesma pergunta feita com curiosidade serena é filosofia.

A diferença de tom muda completamente o efeito. A pergunta agressiva autoriza a defesa. A pergunta calma deixa apenas a questão — que é precisamente o que

deve ficar.

Existe um prazer intelectual específico no desconforto calculado bem executado — o prazer de ter feito o trabalho com precisão, de ter dito a coisa certa de forma que não pode ser mal interpretada por quem estava a ouvir com atenção, de ter saído da conversa sem ter levantado a voz uma única vez.

É, no seu melhor, uma forma de respeito invertido: trata o outro como alguém suficientemente inteligente para lidar com a verdade dita de lado. O insulto direto trata o outro como alguém que precisa de ser atacado de frente. O desconforto calculado trata-o como alguém que pode processar o que foi dito e tirar as suas próprias conclusões.

Não é gentileza. É inteligência aplicada ao conflito. E a inteligência, como sempre, é mais eficaz e mais satisfatória do que a força bruta.

"A inteligência raramente precisa de levantar a voz."

Capítulo 19

Aceitar o Absurdo e Rir Mesmo Assim

Existe um ponto em qualquer análise suficientemente honesta do mundo onde as categorias de crítica se esgotam. Quando se desmontaram os sistemas, as ilusões, os mercados, as relações e os comportamentos — quando se chegou ao fundo de cada gaveta e se examinou o conteúdo com luz suficiente — o que fica não é solução. O que fica é o absurdo.

O absurdo não é uma conclusão pessimista. É uma descrição precisa. O universo não tem propósito inscrito que aguarde ser descoberto. A consciência humana emergiu por acidente de um processo indiferente às suas necessidades. A vida é finita, o sentido é construído e não encontrado e a grande maioria das coisas pelas quais as pessoas se preocupam — e pelas quais este livro inteiro se preocupou — vai desaparecer sem rasto em escalas de tempo que tornam toda a urgência humana ligeiramente cómica.

Isto podia ser devastador. Na tradição filosófica do absurdo — de Camus a Cioran, de Beckett a toda a comédia que alguma vez fez rir de verdade — é outra coisa: libertador.

Nada faz sentido — e isso ajuda

Albert Camus propôs que a condição humana é fundamentalmente absurda: os seres humanos têm uma necessidade irreprimível de sentido, clareza e propósito e o universo recusa-se persistentemente a fornecer qualquer um deles. O confronto entre esta necessidade e esta recusa é o absurdo. E o absurdo, uma vez reconhecido, tem três saídas possíveis.

A primeira é o suicídio — a recusa da vida perante a ausência de sentido. Camus descarta-a: é um erro lógico, uma resposta à pergunta errada. A segunda é o salto de fé — a adoção de um sistema de crenças que forneça o sentido que o universo não fornece. Camus descarta-a também: é desonesta, uma fuga para o conforto sobrenatural que já discutimos em capítulo anterior. A terceira — a única que Camus aceita — é a revolta: a recusa de deixar que a ausência de sentido cósmico elimine a possibilidade de sentido construído. Continuar a viver, a criar, a amar, a agir — não porque haja garantia de que vale a pena, mas porque a alternativa é pior.

Sísifo, condenado a rolar a pedra para o cume sabendo que vai rolar de volta, é a imagem que Camus escolhe. E a frase com que termina o ensaio é uma das mais surpreendentes da filosofia do século XX: é preciso imaginar Sísifo feliz.

Não feliz apesar do absurdo. Feliz dentro do absurdo. A distinção é tudo.

O que muda quando se aceita que nada faz sentido de forma cósmica não é a vida — é a relação com a urgência fabricada que a rodeia. A reunião que podia ser um e-mail continua a existir. O familiar com opinião nuclear continua ao almoço de domingo. O algoritmo continua a servir indignação. Mas a seriedade com que estas coisas são tratadas — a quantidade de peso existencial que se lhes atribui — pode ser calibrada com o absurdo como referência.

Comparado com o facto de que este planeta vai ser absorvido pelo sol em aproximadamente cinco mil milhões de anos, a maioria dos problemas quotidianos tem uma gravidade que pode ser gerida com algum humor.

O universo não quer saber de ti

Existe um dado sobre a escala do universo que é intelectualmente conhecido por qualquer pessoa com acesso ao ensino secundário, mas raramente integrado de forma que produza efeito emocional real: a terra é um grão de areia numa galáxia de duzentos a quatrocentos mil milhões de estrelas, que é apenas uma entre dois biliões de galáxias no universo observável. A espécie humana existe há aproximadamente trezentos mil anos, numa história de treze mil e oitocentos milhões de anos. A vida de uma pessoa individual dura, em termos cósmicos, menos do que o piscar de um olho comparado com a duração de um piscar de olho.

Estas proporções são difíceis de habitar. O cérebro humano não foi desenhado para operar em escalas de tempo geológicas e distâncias de anos-luz. Foi desenhado para gerir a savana, o grupo social imediato, a sobrevivência do dia. As preocupações que parecem enormes — a carreira, o relacionamento, a opinião que os outros têm, o post que não teve likes suficientes — são enormes na escala para a qual o cérebro foi construído. Na escala real, são invisíveis.

Isto não invalida a experiência. A dor é real na escala em que é sentida independentemente de ser irrelevante na escala cósmica. O amor é real. A perda é real. A alegria é real. A escala não cancela a experiência — calibra a urgência com que é gerida.

O universo não tem uma posição sobre o teu currículo, a tua conta bancária, a tua aparência ou a aprovação que recebes nas redes sociais. Esta indiferença, uma vez absorvida de verdade, é uma das coisas mais úteis que existe.

A maioria da ansiedade contemporânea deriva de uma confusão de escalas: tratar assuntos de importância pessoal moderada como se tivessem importância cósmica. Dar a uma reunião de trabalho, a um comentário de familiar, a uma compra que correu mal a intensidade emocional adequada a uma ameaça existencial.

O universo que não quer saber de ti é, paradoxalmente, a coisa mais tranquilizadora que existe quando se consegue estar com essa ideia sem que provoque terror.

EXERCÍCIO DE MERDA

Pega no problema que te está a causar mais ansiedade neste momento. Agora faz as perguntas em sequência: vai importar daqui a cinco anos? Daqui a cinquenta? Daqui a quinhentos? Daqui a cinco mil milhões? A maioria dos problemas dissolve-se algures nesta sequência antes de chegar ao fim. Os que sobrevivem até ao fim são tão grandes que a ansiedade é o menos eficaz dos instrumentos para os enfrentar. Em qualquer dos casos, a escala ajuda.

O humor como último mecanismo de defesa

O humor negro é frequentemente mal compreendido como sinal de frivolidade, de insensibilidade, de incapacidade de levar as coisas a sério. É o contrário: é a resposta intelectualmente mais honesta a situações que nenhuma outra categoria emocional gere adequadamente.

A tragédia exige que o sofrimento seja tratado com solenidade proporcional à sua intensidade — e há sofrimento que merece isso. Mas há situações — e são muitas e incluem quase toda a vida quotidiana — em que a solenidade é desproporcional e o humor é a única resposta que não mente sobre o que está a acontecer. O humor negro não nega o sofrimento. Coexiste com ele, o que é mais honesto do que a pretensão de que pode ser eliminado por atitude correcta, gratidão forçada ou pensamento positivo.

Viktor Frankl, que já encontramos no capítulo anterior num contexto diferente, descreveu como os prisioneiros dos campos de concentração usavam o humor entre si — piadas sobre a própria situação, sobre os guardas, sobre o absurdo das regras — não como negação do horror mas como forma de manter um espaço de humanidade que o sistema tentava destruir. O humor era a prova de que havia alguma coisa que não podia ser

confiscada: a capacidade de ver o ridículo no que é simultaneamente terrível.

O humor como mecanismo de defesa não é frivolidade. É a afirmação de que a consciência humana pode conter a tragédia e a comédia em simultâneo — e que esta capacidade é, frequentemente, o que permite continuar.

Rir do que é difícil não é não levar a sério. É reconhecer que há uma dimensão do difícil que é genuinamente ridícula e que fingir o contrário seria mentira. O corpo que envelhece é genuinamente trágico e genuinamente cômico. As relações humanas são genuinamente emocionantes e genuinamente absurdas. O trabalho é genuinamente necessário e genuinamente ridículo na maior parte das suas manifestações concretas. Ambas as coisas ao mesmo tempo são mais verdade do que qualquer uma delas sozinha.

Niilismo funcional

Existe uma distinção importante que a palavra niilismo tende a obscurecer: a distinção entre niilismo existencial — a conclusão de que nada tem sentido e que portanto nada vale a pena — e o que poderíamos chamar niilismo funcional, que é a aceitação de que o sentido não está garantido de fora, mas que isso não impede de construir sentido de dentro.

O niilismo existencial é uma posição filosófica com a sua lógica, mas tem um problema prático: é muito difícil de viver. As pessoas que chegam genuinamente à conclusão de que nada importa e que agem de acordo com essa conclusão tendem a produzir um nível de sofrimento — para si e para quem as rodeia — que sugere que a conclusão tem custos que a análise não antecipou.

O niilismo funcional é diferente. Reconhece que o universo não fornece sentido pré-fabricado. Reconhece que os sistemas de valores, os projetos, as relações e os compromissos pelos quais as pessoas vivem são construções — não dados, não descobertas, mas escolhas sustentadas por outras escolhas. E reconhece que esta contingência não os invalida. Uma construção pode ser sólida. Um sentido escolhido pode ser tão comprometido quanto um sentido encontrado — com a vantagem de ser honesto sobre o que é.

O niilismo funcional é a posição adulta: nada está garantido, tudo é construído e isso é a condição de liberdade em vez de a razão para o desespero.

A pessoa que aceita que o sentido é construído e não encontrado tem uma relação diferente com a sua própria vida: não está à espera que o propósito apareça, não está

dependente de que o universo confirme as suas escolhas, não está em permanente negociação com uma realidade transcendente que lhe deve qualquer coisa. Está a fazer escolhas, a sustentar essas escolhas com ações e a reconhecer que a responsabilidade pelo resultado é inteiramente sua.

Isto é pesado. É também a única forma honesta de habitar a própria vida.

Paz possível no meio do caos

Depois de tudo isto — dezasseis capítulos de demolição, dois de reconstrução e um agora a habitar o absurdo — chegamos a um ponto que é tão simples que parece insuficiente depois de toda a elaboração que o precedeu.

A paz não é um estado que se atinge no fim de um processo suficientemente rigoroso de auto-conhecimento. Não é o prémio da análise lúcida. Não é o resultado da aceitação filosófica do absurdo, da aplicação do foda-se estratégico, da economia da energia mental e da resistência à espiritualidade de consumo.

A paz é um estado que existe em intervalos — às vezes longos, às vezes brevíssimos — entre o ruído. É o momento em que o corpo está suficientemente descansado, a mente suficientemente quieta, as circunstâncias suficientemente toleráveis, para que haja espaço entre os estímulos e as respostas. Não a ausência de problemas — a ausência da sensação de que os problemas são existencialmente urgentes.

Este estado não é permanente para ninguém que esteja vivo e atento. Os problemas regressam. O ruído recomeça. O algoritmo envia a próxima notificação. O familiar com opinião nuclear manda uma mensagem. A reunião que podia ter sido um e-mail está marcada para amanhã de manhã.

A diferença entre quem tem paz e quem não tem não é a ausência de interrupção.

É a capacidade de voltar ao intervalo quando a interrupção passa.

E o absurdo, paradoxalmente, ajuda aqui. Quando a escala cósmica é referência disponível — quando se pode, nalguns momentos, lembrar que a pedra de Sísifo vai rolar de volta e que isso é a condição, não a exceção — a urgência de cada interrupção específica diminui suficientemente para que o intervalo de paz seja mais acessível.

Não é iluminação. Não é transcendência. É apenas a capacidade de rir do que é ridículo — que é a maior parte — e de levar a sério o que genuinamente merece seriedade — que

é substancialmente menos do que o quotidiano pressiona para que seja.

Se tudo é ridículo, ao menos *diverte-te*. A alternativa — tomar tudo a sério, o tempo todo, sem intervalos — é uma escolha disponível. Mas é uma escolha cara e com rendimento decrescente.

"Se tudo é ridículo, ao menos diverte-te."

Capítulo 20

Morrer: o Único Foda-se sem Apelação

Existe um facto sobre a condição humana que toda a gente conhece, ninguém integra completamente e a maior parte da cultura moderna trabalha arduamente para manter em estado de não-integração: vais morrer. Não de forma abstrata, não num futuro suficientemente distante para ser irrelevante, não de uma forma que vai ser gerida por tecnologia que ainda não existe. Vais morrer, o processo já começou e há uma data específica no calendário, ainda não revelada, em que o processo termina.

Este livro evitou o assunto durante dezanove capítulos — não por omissão accidental, mas porque a morte merece capítulo próprio. É o único tema perante o qual o sarcasmo tem de trabalhar mais do que o habitual, porque o material é genuinamente pesado e qualquer leveza que não esteja sustentada por algo sólido colapsa em frivolidade. Este capítulo tenta a coisa mais difícil: levar a morte a sério sem solenidade paralisante e tratá-la com humor sem trair o peso que tem.

A morte é o único foda-se sem apelação. Não há recurso. Não há segunda instância. Não há versão do problema que se resolva com as estratégias dos capítulos anteriores. É, na sua brutalidade absoluta, o mais honesto de todos os factos disponíveis.

A única certeza que toda a gente ignora

A morte é a única certeza estatística absoluta disponível à experiência humana. Tudo o resto — a saúde, o amor, o dinheiro, o sucesso, a paz, a sanidade — é contingente, probabilístico, dependente de circunstâncias que podem mudar. A morte não. A taxa de mortalidade da espécie humana é e sempre foi, de cem por cento. Sem exceção conhecida, sem perspectiva razoável de alteração no prazo relevante para qualquer pessoa viva hoje.

Dada esta certeza, seria de esperar que a morte ocupasse um lugar central na forma como as pessoas organizam as suas vidas — que fosse a referência contra a qual as decisões são avaliadas, o horizonte que dá escala às prioridades, o facto que torna urgente o que é genuinamente urgente e revela a frivolidade do que não é.

Em vez disso, a morte é o assunto mais sistematicamente evitado da cultura

contemporânea. Não das culturas históricas — a maior parte delas tinha a morte como presença constante, como tema central da arte, da religião e da organização social. A cultura medieval europeia tinha a dança da morte, a meditação sobre o crânio, o memento mori como prática quotidiana. A cultura budista tem a meditação sobre a impermanência como exercício fundamental. A filosofia estoica tinha a meditação sobre a morte como ferramenta de clareza sobre o que importa.

A cultura contemporânea tem o seguro de vida, a cápsula de rejuvenescimento e o eufemismo. Passou da contemplação da morte para a sua gestão administrativa e cosmética.

O resultado é uma população de adultos que sabe intelectualmente que vai morrer, mas que opera emocionalmente como se não fosse. Que adia as conversas que precisam de ser tidas, as decisões que precisam de ser tomadas, as reconciliações que deviam acontecer agora — para depois, para quando houver mais tempo, para quando a situação estiver mais estável. Como se houvesse garantia de depois.

O mercado da imortalidade

O capitalismo, que demonstrou capacidade notável de monetizar a insegurança humana em todas as suas formas, identificou na morte a maior oportunidade de mercado disponível: o produto que toda a gente precisa e que ninguém quer comprar directamente, portanto tem de ser vendido em embalagens que não o nomeiam.

O mercado antienvelhecimento — cremes, tratamentos, procedimentos, suplementos, regimes alimentares, protocolos de longevidade — vende imortalidade parcelada: cada produto atrasa ligeiramente o inevitável. A soma de todos os produtos não muda o destino, mas cria a sensação de controlo sobre um processo que não é controlável. A sensação de controlo vale muito dinheiro quando a alternativa é a consciência da ausência de controlo.

O sector da longevidade — que em Silicon Valley encontrou crentes com capital suficiente para o transformar em indústria — vende a promessa mais explícita: não adiar a morte, mas eliminá-la. Os bilionários que investem em investigação de extensão radical da vida não estão apenas a fazer filantropia científica — estão a gerir a sua própria ansiedade existencial com o único recurso que têm em abundância. O dinheiro não compra imortalidade, mas compra a sensação de que talvez desta vez seja diferente.

A ironia é que as pessoas com mais recursos para evitar a morte são

frequentemente as que lhe dedicam mais ansiedade. O que sugere que o problema não é de acesso a recursos mas de relação com a inevitabilidade.

O mercado funerário merece menção separada pela sua particular combinação de exploração e necessidade genuína. O luto é real. A necessidade de ritual de passagem é real. A indústria que se instalou à volta dessa necessidade descobriu que o estado de vulnerabilidade aguda do luto é o contexto de menor resistência a decisões de compra — e cobrou adequadamente por essa descoberta.

O caixão de madeira nobre que o falecido não vai apreciar. O serviço de flores que murcha em quarenta e oito horas. O nicho com placa de bronze que vai ser lida por ninguém dentro de trinta anos. Tudo isto existe na intersecção entre o amor genuíno pelos mortos, a culpa dos vivos e a competência do mercado em monetizar ambos.

CASO DE ESTUDO — O FUNERAL DO SR. FERREIRA

O Sr. Ferreira morreu aos setenta e oito anos depois de uma vida razoavelmente bem vivida. Tinha dito, em várias ocasiões, que não queria cerimónia — "enterrem-me sem drama, que eu não vou estar lá para apreciar de qualquer forma."

A família, movida por culpa, amor, pressão social e a incapacidade de dizer não ao diretor da funerária às duas da manhã em estado de choque emocional, organizou um funeral de cinco mil euros com flores, catering, placa comemorativa e espaço para cento e vinte pessoas, das quais sessenta e quatro não conheciam o Sr. Ferreira suficientemente bem para se lembrarem do seu nome próprio sem consultar o programa.

O Sr. Ferreira não estava lá para apreciar. Estava certo sobre isso.

Morrer bem versus morrer fotogenicamente

Existe uma tendência recente que merece ser nomeada pela sua estranheza específica: a morte fotogénica. O post de despedida nas redes sociais escrito pelo próprio antes de morrer. O obituário curado com fotografias selecionadas. A morte documentada como narrativa de marca pessoal com coerência estética até ao fim.

Esta tendência não é inteiramente má — há algo de digno na ideia de ter algum controlo sobre como se é lembrado, de deixar palavras próprias em vez de deixar que outros as escrevam. Mas tem uma dimensão perturbadora quando é levada longe demais: o momento em que a gestão da própria morte se torna mais importante do que a sua vivência. Em que a preocupação com a narrativa pós-morte ocupa energia que podia estar

a ser investida na vida que ainda existe.

Morrer bem é uma ideia antiga com várias versões. Para os estoicos, era morrer com a mesma equanimidade com que se vivia — sem terror, sem agarrar, sem lamentações pelo inevitável. Para muitas tradições religiosas, era morrer em paz com o que se acredita e com quem se amou. Para a medicina paliativa contemporânea, é morrer com dignidade, com conforto, rodeado de quem importa, sem sofrimento desnecessário prolongado por tecnologia que apenas adia o inevitável sem melhorar a qualidade do tempo que adiou.

Nenhuma destas versões inclui a preocupação com o alcance do post de despedida.

A boa morte — aquela que a maioria das pessoas, quando questionada honestamente, diz querer — é surpreendentemente simples na sua descrição: sem dor desnecessária, sem solidão, com as conversas importantes tidas, com as reconciliações feitas que precisavam de ser feitas, com a sensação de que a vida que passou teve suficiente valor para não ter sido desperdício. Não requer produção. Requer atenção ao que importa enquanto há tempo para lhe prestar atenção.

O testamento como último acto de opinião

O testamento é, quando usado com intenção, uma das últimas formas de comunicação disponíveis. É o documento em que, pela primeira vez na vida de muitas pessoas, fica escrito sem ambiguidade o que importava — quem importava, o que se quer que aconteça, como se quer ser lembrado ou não lembrado.

A maioria das pessoas não tem testamento. Não por falta de bens a distribuir — mesmo quem tem pouco tem algo que pode ser distribuído com intenção em vez de ao acaso da lei. Mas porque fazer o testamento é admitir que vai morrer, o que o cérebro moderno, treinado na negação da morte, resiste com uma teimosia notável.

Há uma forma de sabedoria prática no testamento que vai além da distribuição de bens: é a ocasião em que se é obrigado a pensar sobre o que importa suficientemente para ser deixado, a quem, em que condições. É uma meditação forçada sobre prioridades que a vida quotidiana raramente força.

O testamento permite também evitar que a morte se torne um espetáculo de conflito familiar sobre quem fica com o quê — conflito que, em muitas famílias, dura anos e consome relações que sobreviveram à morte de quem os unia. A ausência de testamento não é neutralidade: é uma decisão de deixar a lei decidir o que se podia ter decidido e de

deixar a família sem orientação num momento de vulnerabilidade máxima.

Fazer o testamento não é morbidez. É o acto de alguém que percebeu que vai morrer e decidiu ter uma opinião sobre o assunto enquanto ainda pode expressá-la.

É, no fundo, um último foda-se bem estruturado: não vou deixar que a minha morte seja gerida por outros como se eu nunca tivesse existido suficientemente para ter preferências sobre ela.

Rir antes que te façam chorar por obrigação

O luto é real. A perda é real. A ausência específica de uma pessoa específica — a voz que não está mais, o lugar à mesa que ficou vazio, o hábito de ligar que persiste mesmo quando já não há número para marcar — é uma das experiências mais pesadas que a vida disponibiliza.

O que não é necessariamente real é a versão encenada do luto que a cultura exige: o preto obrigatório, o silêncio reverente, a expressão de sofrimento calibrada para a audiência, a ideia de que quem chora mais amava mais. O luto genuíno raramente é coerente ou fotogénico — tem intervalos de normalidade, de humor involuntário, de alívio que provoca culpa imediata, de conversas banais no meio da cerimónia.

Há uma tradição em várias culturas — o velório irlandês, certas celebrações da morte em culturas africanas e latino-americanas, o “día de los muertos” mexicano — que integra o humor e a celebração no ritual de luto não como negação da perda, mas como reconhecimento de que a vida que se perdeu merece ser celebrada tanto quanto lamentada. Que rir de uma história do morto não é desrespeito — é a forma mais alta de recordação, porque mantém a pessoa viva na sua singularidade em vez de a reduzir à solenidade do fim.

A morte do outro ensaia a própria. E a forma como se observa e participa nos ritos de morte dos outros vai moldando, subtilmente, a relação com a própria morte. Quem consegue rir num funeral — não por frivolidade, mas por afeto genuíno pelo que foi — tem uma relação com a morte diferente de quem só consegue o silêncio pesado da solenidade obrigatória.

Rir antes que te façam chorar por obrigação é uma forma de resistência. Não ao luto — ao luto fabricado, ao sofrimento encenado para consumo de testemunhas que não conheciam o morto suficientemente bem para ter direito à primeira fila.

A morte merece honestidade. Se a relação com o morto foi difícil, fingir amor profundo no funeral não honra o morto nem ajuda os vivos. Se a relação foi boa, o humor é tão legítimo quanto as lágrimas — e frequentemente mais fiel ao que a relação realmente foi.

E quanto à própria morte: a única preparação genuinamente útil não é o protocolo do testamento, não é o plano de longevidade, não é a meditação sobre o crânio. É a decisão, tomada enquanto há tempo, de não adiar o que importa para depois de ter mais tempo — porque o tempo não avisa quando termina e o depois que parece garantido é exactamente tão fiável quanto toda a gente que ainda não morreu julgava.

Não há conclusão tranquilizadora para este capítulo. Há apenas o facto, repetido uma última vez porque merece ser ouvido antes de avançar para o capítulo seguinte: vais morrer. E essa certeza, habitada de forma honesta em vez de gerida administrativamente, é uma das poucas coisas que pode tornar o tempo disponível genuinamente mais teu.

"A morte é o único foda-se que não se negocia. Vale a pena ensaiar."

Capítulo 21

Ninguém se Vai Lembrar de Ti

O capítulo anterior terminou com a morte. Este começa com o que vem depois da morte — não no sentido metafísico, que já foi tratado com o ceticismo que merece, mas no sentido prático: o que fica de uma vida depois de ela terminar, durante quanto tempo fica e o que isso significa para a forma como se vive enquanto há tempo.

A resposta honesta a estas perguntas é menos confortável do que a maioria das pessoas preferiria, mas tem uma utilidade específica que o conforto falso não tem: liberta.

Ninguém se vai lembrar de ti. Não de forma cruel — de forma estatística. E a estatística, desta vez, é a tua aliada.

A insignificância como libertação

Pensa nos teus bisavós. Com alguma sorte, conheces os nomes. Talvez uma história ou duas, transmitida por familiares que os conheceram. Talvez uma fotografia antiga, desbotada, de uma pessoa com expressão séria num mundo que já não existe. Isso é aproximadamente tudo.

Os teus bisavós viveram vidas completas — com amores e perdas, com trabalho e descanso, com medos e alegrias, com a mesma textura densa de experiência subjectiva que tens agora. Pensaram coisas que nunca foram ditas. Sentiram coisas que nunca foram escritas. Tomaram decisões que lhes pareceram enormes no momento e que agora não existe ninguém para recordar. Existiram completamente — e desapareceram quase completamente em quatro gerações.

Daqui a quatro gerações, os teus bisnetos vão saber o teu nome, talvez. Uma história ou duas, talvez. Uma fotografia no telemóvel de alguém que nunca te vai ter conhecido suficientemente bem para sentir a tua ausência. Isso é o legado estatisticamente provável da esmagadora maioria das vidas humanas — incluindo a tua.

Esta constatação tem dois efeitos possíveis: desespero ou libertação. O desespero é a resposta de quem acreditava que o legado era a justificação da vida. A libertação é a resposta de quem percebe que a vida não precisa de justificação.

Se ninguém se vai lembrar de ti em quatro gerações — se o teu nome, as tuas preocupações, as tuas conquistas e os teus fracassos vão desaparecer com a mesma totalidade que os das pessoas que te precederam — então o peso de ter de ser memorável é removido. Não precisas de deixar marca. Não precisas de conquistar nada que justifique a ocupação do espaço. Não precisas de ser extraordinário para que a tua existência valha.

Podes simplesmente existir. E essa permissão, estranhamente, é uma das mais difíceis de aceitar.

O mito do legado

O legado é a narrativa com que a cultura do propósito tenta resolver o problema da mortalidade: se não posso existir para sempre, que exista o que construí. Se o meu corpo desaparece, que a minha influência persista. Se o meu nome se apagar, que o meu nome se inscreva em qualquer coisa suficientemente grande para resistir ao tempo.

Esta narrativa é compreensível — já discutimos a necessidade humana de sentido, a dificuldade de habitar a finitude sem andaimes. Mas tem uma lógica interna que raramente é examinada com honestidade: o legado serve os vivos, não os mortos.

O morto não experimenta o legado. Não sente satisfação pela continuidade do seu nome, não tem consciência da influência que persiste, não aprecia o edifício com o seu nome na fachada nem o artigo académico que o cita. O legado é uma construção dos sobreviventes, para os sobreviventes — uma forma de gerir o luto, de manter a pessoa presente depois da sua ausência, de encontrar sentido numa perda que não tem.

Quando se constrói uma vida em função do legado — quando as decisões são avaliadas pela sua contribuição para o que vai persistir depois — está-se a otimizar para uma audiência que não vai estar presente para a confirmar. Está-se a sacrificar o presente por um futuro imaginado que pode não existir da forma imaginada, para uma posteridade que vai ter as suas próprias preocupações e que vai olhar para o legado com a mesma benevolência distraída com que olhamos para os legados que nos precederam.

A obsessão com o legado é, frequentemente, medo da morte disfarçado de ambição. E o medo da morte, como todos os medos, não se resolve fugindo na direcção oposta. Resolve-se, quando se resolve, habitando a sua presença.

EXERCÍCIO DE MERDA

Pensa na pessoa mais importante da tua vida — a que mais amaste, a que mais te influenciou, a que a tua existência deve mais. Agora pensa: em que é que essa pessoa pensava quando não estava a pensar em ti? Qual era o seu problema de segunda-feira de manhã? Que livro estava a tentar acabar? O que lamentava? A vida real das pessoas que amamos existe quase inteiramente fora do nosso conhecimento. O mesmo vai ser verdade para quem vier depois de ti. A intimidade com a posteridade é uma ilusão bonita.

Morrer sem marca registada

Existe uma pressão específica da era digital que as gerações anteriores não conheceram na mesma escala: a pressão de ter presença permanente. O perfil online que persiste depois da morte. A conta nas redes sociais que continua a existir depois de o titular ter deixado de a alimentar. O arquivo de conteúdo que permanece acessível a quem o procurar dentro de dez, vinte, cinquenta anos.

Esta permanência digital criou uma nova forma de ansiedade de legado: a preocupação com o que fica online depois da morte. Que posts vão ser relidos. Que fotografias vão circular. Que versão de si mesmo vai persistir no arquivo digital depois de a versão real ter desaparecido.

Há algo simultaneamente cómico e revelador nesta preocupação. O arquivo digital de uma pessoa comum — os posts, as fotografias, os comentários, as reações — não vai ser lido por ninguém depois de alguns anos de inatividade. As plataformas mudam. Os formatos tornam-se obsoletos. As redes de contactos dispersam-se. O conteúdo existe tecnicamente mas não existe praticamente — é um arquivo que não tem utilizadores suficientemente motivados para o visitar.

A presença digital permanente é uma ilusão de legado para a era da atenção escassa. O algoritmo não é sentimental. A posteridade digital dura o tempo que a plataforma durar.

Morrer sem marca registada não é morrer sem ter vivido. É morrer sem ter confundido a vida com o seu registo. Sem ter sacrificado a experiência à sua documentação. Sem ter passado os anos disponíveis a construir uma narrativa para uma audiência que vai dispersar com a mesma inevitabilidade com que tudo o resto dispersa.

O alívio de não ser importante

Há uma experiência que as pessoas que abandonam temporariamente a conectividade — que passam tempo em lugares sem sinal, que fazem retiros sem telemóvel, que viajam para contextos onde não são conhecidas — descrevem com surpreendente consistência: o alívio de não ser importante.

Não o alívio de ser ignorado — isso é solidão, que é outra coisa. O alívio de não ser monitorizado, não ser avaliado, não ter de gerir a percepção que os outros têm. O alívio de existir sem audiência — de comer sem fotografar, de caminhar sem contar os passos, de ter um pensamento sem o formulário para partilha, de estar presente numa experiência sem a parte do cérebro encarregada da narrativa pública estar em paralelo a transformá-la em conteúdo.

Este alívio sugere que o peso de ser importante — de ter presença, de gerir identidade, de corresponder às expectativas visíveis e invisíveis que a vida social contemporânea acumula — é mais pesado do que a maioria das pessoas reconhece enquanto o carrega. É um peso que só se nota quando é removido.

Não ser importante, temporariamente, revela o que existe por baixo da importância. E o que existe por baixo é frequentemente mais interessante do que o que está em cima.

A identidade que sobra quando se remove a audiência — quando não há ninguém a ver, quando não há métricas a gerir, quando a aprovação externa não está disponível como referência — é a identidade mais próxima do que realmente se é. E esta identidade, encontrada na ausência de palco, tem uma solidez que a identidade encenada nunca tem: não depende de confirmação externa para existir.

A elegância de desaparecer

Este é o último capítulo do corpo do livro — o Epílogo vem a seguir, mas este é o fecho da argumentação. E o fecho é este: a elegância de desaparecer.

Não desaparecer como derrota, não como resignação, não como a admissão de que a vida não valeu. Desaparecer como a conclusão natural de uma vida bem usada — com a leveza de quem não tinha nada por resolver, nada por provar, nenhuma audiência a quem dever uma atuação final.

As pessoas que chegam ao fim com mais serenidade — e há investigação sobre isto,

não é apenas intuição — não são as que acumularam mais, construíram mais, foram lembradas por mais. São as que viveram com mais alinhamento entre o que eram e o que fizeram. Que não adiaram o que importava para depois de atingir o legado. Que não sacrificaram as relações ao currículo. Que souberam estar presentes na vida que tinham em vez de continuamente projetadas na vida que deviam ter.

A elegância de desaparecer começa antes da morte. Começa na decisão, tomada quando ainda há tempo para a implementar, de não ser escravo da importância. De não organizar a vida em torno do que vai ficar depois de ela terminar. De estar suficientemente presente no que existe agora para que o agora valha — não como preparação para o legado, não como material para a narrativa, mas como a única coisa que realmente pertence a quem a vive.

Ninguém se vai lembrar de ti. A tua obrigação não é ser eterno. É sobreviver sem te tornares insuportável — e ter, no intervalo entre nascer e desaparecer, alguma coisa que valha a pena ter tido.

Isso chega. Isso é suficiente. Isso é, na sua modéstia radical, mais do que a maioria da cultura contemporânea te deixa acreditar que podes querer.

O foda-se final não é dirigido a ninguém em particular. É a postura: a recusa de passar os anos que restam a pedir autorização ao mundo para existir de forma que satisfaça as suas expectativas. A recusa de morrer a tentar provar qualquer coisa a alguém que, com probabilidade esmagadora, não vai estar suficientemente presente para verificar.

Existe. Faz o que importa. Cuida de quem importa. Deixa o resto — o legado, a marca, a presença digital permanente, o lugar na história — a cargo de forças que nunca estiveram sob o teu controlo e que vão fazer o que sempre fizeram: *seguir em frente sem te perguntar.*

"A tua obrigação não é ser eterno. É sobreviver sem te tornares insuportável."

Epílogo

Um Último Foda-se... para Mim

Talvez eu seja igual aos outros

Chegou o momento de admitir o que qualquer leitor atento já suspeitou há pelo menos dez capítulos: o narrador deste livro não está acima do que criticou. Não é o observador olímpico que analisa os outros de um lugar de lucidez imune. É alguém que conhece de dentro a maioria das coisas que demoliu — que já fez a rotina diária e verificou os resultados ao fim de dois dias, que já publicou o post de sofrimento bem iluminado, que já justificou uma compra desnecessária com o mérito de a merecer, que já participou num debate político online com a convicção de quem não tem dúvidas e a informação de quem não verificou suficientemente.

Conhece de dentro porque esteve lá. Esteve lá mais do que uma vez. Provavelmente voltará.

Escrever este livro também é vaidade

Este livro critica, com algum entusiasmo, a virtude performática — o acto de demonstrar valores para audiência em vez de os praticar em silêncio. E depois assina o nome na capa. A tensão entre as duas coisas não é resolvida pela intenção do autor: existe independentemente dela.

Escrever sobre a inutilidade dos legados e publicar o resultado é uma contradição que o texto não pode resolver argumentando — pode apenas reconhecer. Escrever sobre a indústria da autoajuda e colocar o livro na mesma prateleira é uma ironia que o leitor tem todo o direito de sublinhar. Criticar o narcisismo da publicação e publicar é uma posição que exige honestidade sobre o que é: um livro feito por alguém que também quer ser lido, que também tem algo que quer dizer, que também encontrou nesta forma específica de falar sobre o mundo uma utilidade que não é inteiramente desinteressada.

A diferença entre este livro e o que critica não é a pureza das motivações. É a honestidade sobre a sua existência.

O sarcasmo como defesa pessoal

O sarcasmo é, entre outras coisas, um mecanismo de defesa. A distância que o humor negro cria entre quem fala e o que é dito não é apenas estética — é protecção. É mais fácil rir de alguma coisa do que estar completamente exposto ao seu peso. Mais fácil nomear a ilusão com ironia do que admitir que a ilusão dói.

Parte deste livro foi escrito de um lugar de protecção. A gratidão obrigatória foi criticada por alguém que já foi tão consumido pela ansiedade de não estar suficientemente bem que a ideia de listar coisas pelas quais era grato parecia, nesse momento, não apenas fútil mas insultuosa. A indústria da saúde mental foi criticada por alguém que conhece de dentro o que é precisar genuinamente de ajuda e não saber como pedi-la. O amor romântico foi dissecado por alguém que já perdeu suficiente sono por outra pessoa para saber que a dissecação não é o mesmo que a imunidade.

O sarcasmo não é ausência de sentimento. É frequentemente o seu invólucro — a forma que o sentimento toma quando a exposição directa parece demasiado cara.

A honestidade possível

Não há forma de escrever sobre a condição humana sem fazer parte dela. Não há posição exterior suficientemente afastada para que o observador não seja também observado. Este livro foi escrito de dentro — de dentro das ilusões que critica, de dentro das fragilidades que examina, de dentro do teatro coletivo que descreve.

O que torna possível escrevê-lo, apesar disso, não é a superioridade moral do autor. É apenas a decisão de dizer o que parece verdadeiro mesmo quando é inconveniente, incluindo quando é inconveniente para quem escreve.

A honestidade possível não é a honestidade total — essa não existe para ninguém. É a honestidade disponível no momento em que se escreve, com as limitações que esse momento inclui, na esperança de que seja suficientemente útil para justificar a leitura.

E se não for suficientemente útil — se depois de tudo o leitor fechar o livro com a sensação de que não ganhou nada — pelo menos foi honesto sobre o que era. Que é, neste contexto, o único padrão que vale a pena aplicar.

Estamos todos cansados

O narrador que começou o Prefácio com um manifesto sobre o foda-se como

ferramenta de sobrevivência termina aqui, no Epílogo, com algo mais simples: reconhecimento.

Estamos todos cansados. Do ruído, das exigências, da performance permanente, do esforço de parecer suficientemente bem em suficientes contextos suficientemente diferentes ao mesmo tempo. Do trabalho de construir uma identidade que aguente o escrutínio. Do peso de amar pessoas que são complicadas — que somos nós — em circunstâncias que também são complicadas.

Este livro não resolve o cansaço. Nenhum livro resolve. O cansaço tem causas que são mais antigas e mais estruturais do que qualquer argumento que caiba em duzentas páginas.

O que pode fazer — o que espero que tenha feito, pelo menos em alguns momentos — é tornar o cansaço ligeiramente mais suportável pela nomeação. Há qualquer coisa de útil em reconhecer o que é — em chamar pelo nome à ilusão, ao teatro, ao mecanismo que produz a fadiga. Não porque nomeá-la a elimine. Mas porque, uma vez nomeada, há a possibilidade de se ver de fora por tempo suficiente para respirar.

E depois volta o ruído. E o algoritmo. E a reunião que podia ter sido um e-mail. E o familiar com opinião nuclear. E a lista de tarefas que não tem fim.

Mas houve um intervalo. E o intervalo, como discutimos no Capítulo 19, é onde a paz existe — não como estado permanente, mas como possibilidade recorrente para quem sabe reconhecê-la quando aparece.

Boa sorte. Não a sorte de ter tudo — essa não está disponível para distribuição. A sorte mais modesta e mais real: a de ter, de vez em quando, clareza suficiente para saber o que importa.

— o narrador, que também não sabe muito bem o que está a fazer

Dicionário Mínimo do Foda-se

Glossário de termos contemporâneos com definições que ninguém pediu, mas todos merecem

Abundância: *palavra que os coaches usam quando não querem dizer dinheiro.*

Autenticidade: *estratégia de marketing com testemunho pessoal. A versão mais cara da publicidade porque a paga o próprio.*

Autoestima: *conceito cuja definição clínica foi sequestrada por uma indústria que lucra com a sua instabilidade permanente.*

Burnout: *esgotamento com nome em inglês para soar mais legítimo que cansaço.*

Coach: *terapeuta sem licença com boa iluminação para fotografias e uma história de superação que serve de credencial.*

Comunidade: *palavra que as empresas de tecnologia usam para descrever utilizadores que ainda não pediram reembolso.*

Conteúdo: *o que a experiência se tornou depois de ser fotografada.*

Crescimento pessoal: *movimento contínuo em direcção a uma versão de si mesmo que recua na mesma proporção em que se avança.*

Desintoxicação digital: *pausa das redes sociais documentada nas redes sociais.*

Empreendedor: *pessoa que trabalha oitenta horas por semana para não ter de trabalhar quarenta para outra pessoa.*

Energia: *conceito que na espiritualidade de consumo explica tudo o que a ciência ainda não explicou e algumas coisas que já explicou.*

Família: *grupo de pessoas com ADN comum e opiniões incompatíveis obrigadas por convenção social a comer juntas em datas específicas.*

Fronteiras: *invenção subversiva que os teus pais nunca ouviram falar e os teus filhos vão usar contra ti.*

Gratidão: *obrigação moral embalada em papel de seda. Quando genuína, não precisa de lista diária.*

Hustle: *exploração voluntária com playlist motivacional e vocabulário de empoderamento.*

Impacto: *o que toda a gente quer ter e ninguém consegue medir de forma que não inclua pelo*

menos um gráfico com escala duvidosa.

Intenção: *o que se declara antes de não fazer o que se declarou.*

Jornada: *palavra usada para descrever qualquer processo humano de forma a que o fracasso seja requalificado como etapa.*

Legado: *a ilusão de que vais fazer falta a pessoas que ainda não nasceram.*

LinkedIn: *rede social onde adultos fingem que o mercado de trabalho é uma comunidade e agradecem ao empregador pelo despedimento.*

Manifesto: *documento de intenções com formatação agressiva e prazo de validade inversamente proporcional à convicção com que foi escrito.*

Mindfulness: *aprender a respirar por duzentos euros por mês. A respiração gratuita também funciona.*

Missão: *o que as empresas declaram quando não querem dizer que o objetivo é o lucro.*

Networking: *prostituição com business card. Transação de relações com a expectativa implícita de retorno futuro.*

Propósito: *ansiedade com melhor nome. Procurado com urgência por quem tem tudo exceto tempo para parar.*

Resiliência: *capacidade de continuar a funcionar em condições que deviam ser mudadas. Celebrada onde a mudança seria mais útil.*

Retiro: *fuga da vida real com preço de hotel e vocabulário de transformação interior. O problema volta de comboio na segunda-feira.*

Self-care: *banho de espuma com vela aromática elevado a acto político. Por vezes é apenas um banho de espuma com vela aromática.*

Toxic: *adjetivo aplicado a qualquer pessoa, situação ou substância que produza desconforto, incluindo a verdade.*

Trauma: *experiência dolorosa real cujo vocabulário foi expandido até incluir qualquer desconforto moderado com fotografia nas redes sociais.*

Universo: *entidade a quem se atribui intenção pedagógica nos momentos difíceis e coincidência feliz nos momentos bons.*

Valores: *o que as empresas declaram na secção "Sobre nós" e violam na secção "Resultados do trimestre".*

Vulnerabilidade: *conteúdo emocional com potencial viral. Quando genuína, não tem legenda.*

Wellbeing: *indústria de vários bilhões de euros construída sobre a premissa de que a saúde é insuficiente e que o bem-estar requer produto.*

Este dicionário está incompleto por definição.

O vocabulário da ilusão expande mais depressa do que qualquer glossário consegue acompanhar.

Novas entradas surgem mensalmente. Nenhuma substitui o bom senso.

— fim —