

Em sociedades fortemente competitivas, como aquelas que surgiram na modernidade, invejar os outros, querer superá-los, é um estímulo

## O potente olhar da inveja

O primeiro crime da história, segundo a Bíblia, resultou da inveja. Caim invejava a atenção que Deus dava às oferendas do seu irmão Abel: "O Senhor olhou para Abel e sua oferta, mas não olhou para Caim e sua oferta". Cometido o homicídio, Caim – com uma caracole-pau digna de qualquer político da atualidade brasileira – pede ao Altíssimo proteção contra eventuais agressores. Deus coloca-lhe uma marca na testa. Este salvo-conduto é, na verdade, a marca do crime e, antes disso, a marca da inveja.

Neste episódio, existem alusões diretas e indiretas à visão. Deus olhou para Abel e suas ofertas, mas não olhou para Caim e suas ofertas. Deus colocou em Caim uma marca que é visível ao olhar. Isto nos lembra que inveja vem do latim "invidia", que, por sua vez, vem do verbo videre, olhar. O invejoso é o seu olhar. Um olhar que aliás o denuncia. Não é o mesmo olhar da raiva, da fúria, que é brilhante (às vezes, trata-se de um brilho assassino). Não, é um olhar mortiço, claramente doentio. Porque a inveja é tóxica, adoce a pessoa.



Inveja é uma coisa antiga e foi até incluída entre os sete pecados capitais. Mas a evolução seguida pela humanidade trabalhou a favor deste pecado. Mais que isto, de certo modo a inveja transformou-o, senão numa virtude, pelo menos numa motivação. Em sociedades fortemente competitivas, como aquelas que surgiram com a modernidade, invejar os outros, querer superá-los, é um estímulo, um mecanismo de ascensão social. Sobretudo a partir do começo do século 20, as lojas de departamento, o sistema de vendas a distância e a publicidade começaram a estimular o consumo com base no "os outros têm, você precisa ter também". E, ao contrário dos moralistas medievais, os defensores da sociedade de consumo viam na inveja um fator de estímulo às compras, e portanto à produção. O mesmo valia para a competição em geral, nas universidades, nas carreiras profissionais. Uma sadia inveja seria bem-vinda.



Os americanos têm uma expressão para isto: "Keep up with the Joneses", igualar-se aos Joneses. Quem são os Joneses? É a imaginária

família que reside ao lado dos invejosos, nos subúrbios das cidades estadunidenses. Uma família classe média, que está sempre buscando morar melhor, ter carros maiores, eletrodomésticos mais modernos. E os vizinhos (pode ser o caso de qualquer um de nós) sofrem com isto. Há uma historietinha muito ilustrativa: a família ao lado da casa dos Jones resolveu fazer uma viagem para um resort. Vocês sabem que viajar para um resort, regressar de lá com um saudável bronzeado, com souvenirs e principalmente com fotos, é um dos critérios de sucesso para a classe média. Mas então: a família vai para um resort, numa praia maravilhosa, aluga uma cabana e ali estão eles, gozando as delícias da afluência, quando de repente avistam, na cabana ao lado, quem? Os Joneses, claro. Que tiveram a mesma idéia. Pronto: lá se foi todo o prazer, toda a sensação de triunfo. De que adianta estarem ali, se os Joneses não sentirão inveja deles?



A inveja muitas vezes está solidamente engravada em nosso inconsciente. Para fúria das feministas, Freud postulou, nas mulheres, uma inveja do pênis que, se existisse, seria incurável. Felizmente isto dá para jogar na conta dos exageros freudianos, mas a inveja habitual, normal, esta existe e está muito disseminada. Ao fim e ao cabo, resulta de uma carência pessoal. A pessoa que é sadia e equilibrada não tem por que sentir inveja: ela encontra em si própria motivos de satisfação. E aí pode levar uma vida livre, tranqüila, generosa.

Deus, que inveja das pessoas que não sentem inveja.

