

Bem-estar na cultura: Consumo de satisfações?

Organizadores

Oscar Angel Cesarotto e Clotilde Perez



Autores

Christian Dunker, Clotilde Perez, Clóvis Pereira dos Santos, Fabiana Benetti, Fani Hisgail, Geraldino Alves Ferreira Netto, Isabel Jungk, João Angelo Fantini, Luis Esteban Dominguez, Maria Eugênyia Pacioni Gomes, Oscar Angel Cesarotto, Paul Kardous, Pedro de Santi e Renato Gonçalves Ferreira Filho

Bem-estar na cultura: Consumo de satisfações?

Organizadores

Oscar Angel Cesarotto e Clotilde Perez

Autores

Christian Dunker, Clotilde Perez, Clóvis Pereira dos Santos, Fabiana Benetti, Fani Hisgail, Geraldino Alves Ferreira Netto, Isabel Jungk, João Angelo Fantini, Luis Esteban Dominguez, Maria Eugênya Pacioni Gomes, Oscar Angel Cesarotto, Paul Kardous, Pedro de Santi e Renato Gonçalves Ferreira Filho

SÃO PAULO ECA -USP AGOSTO/2023

DOI: 10.11606/9786588640890



É permitida a reprodução parcial ou total desta obra, desde que citada a fonte e autoria, proibindo qualquer uso para fins comerciais.

Organização

Oscar Angel Cesarotto e Clotilde Perez

Assistente Editorial

Rafael Orlandini

Capa e Diagramação

Marcos Boscolo

Universidade de São Paulo

Reitor

Carlos Gilberto Carlotti Junior

Vice-Reitora

Maria Arminda do Nascimento Arruda

Escola de Comunicação e Artes

Diretora

Brasilina Passarelli

Vice-Diretor

Eduardo Monteiro

Catálogo na Publicação

Serviço de Biblioteca e Documentação

Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

B455 Bem estar na cultura [recurso eletrônico] : consumo de satisfações? / organizadores Oscar Angel Cesarotto, Clotilde Perez. – São Paulo : ECA-USP, 2023.
PDF (169 p.) : il. color.

ISBN 978-65-88640-89-0
DOI 10.11606/9786588640890

1. Cultura material. 2. Consumo. 3. Semiótica. I. Cesarotto, Oscar Angel. II. Perez, Clotilde.

CDD 21. ed. – 306.3

Elaborado por: Lillian Viana CRB-8/8308

As opiniões nesta publicação são de exclusiva e inteira responsabilidade dos autores e das autoras, não exprimindo, necessariamente, o ponto de vista da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

Esta obra é de acesso aberto. É permitida a reprodução parcial ou total desta obra, desde que citada a fonte e a autoria e respeitando a Licença Creative Commons indicada.



Sumário

1. É possível o bem-estar na cultura? <i>Oscar Angel Cesarotto e Clotilde Perez</i>	07
2. Metapsicologia das massas <i>Oscar Angel Cesarotto</i>	11
3. Consumo escópico: uma abordagem semiopsicanalítica <i>Clotilde Perez</i>	15
4. Os usos do fetichismo pelo discurso capitalista <i>Clóvis Pereira dos Santos</i>	31
5. Cultura & bens de consumo: dinâmicas simbólicas de significação <i>Isabel Jungk</i>	35
6. Bem-estar no desejo, Mal-estar no ressentimento <i>Fabiana Benetti & Pedro de Santi</i>	51
7. Identidades fluidas e formas de vida no Brasil Digital <i>Christian Dunker</i>	71
8. Estar bem na sexuação <i>Paul Kardous</i>	81
9. O bem-estar no tempo e no consumo express <i>Maria Eugênyia Pacioni Gomes</i>	93
10. O que satisfazem os “vídeos satisfatórios”? Sentidos semiopsicanalíticos de seu consumo midiático <i>Renato Gonçalves Ferreira Filho</i>	113
11. Com fome, bem-estar impossível <i>Fani Htsqail</i>	127
12. Metodologia empregada na Psicanálise em extensão <i>João Angelo Fantini</i>	133
13. Transistóriali <i>Luis Esteban Dominguez</i>	143
14. James Joyce e seus lapsos <i>Geraldino Alves Ferreira Netto</i>	155
Sobre os autores	165

1. É possível o bem-estar na cultura?

Nos anos sessenta, Louis Althusser (1918-1990), marxista e estruturalista, identificou os *aparelhos ideológicos do Estado*, presentes então: a escola, o exército, os hospitais, os partidos, os sindicatos e as instituições oficiais, começando sempre pela família. Ao mesmo tempo e cada vez mais, na modernidade e depois, adquirem importância social os *aparelhos ideológicos da iniciativa privada*: primeiro, a imprensa ou o quarto poder; na sequência, todos os meios de comunicação audiovisuais, as fundações, a industrial cultural e de entretenimento, os organismos internacionais, as organizações não governamentais, ONU, FIFA, Credicard, McDonald's, Hollywood, Disneyworld, Greenpeace, Médicos sem Fronteiras, WWF e uma lista infinita de siglas transnacionais.

Hoje, com a permeabilidade da informação unificada, midiaticizada e manipulada, mesmo que convergente e interativa, pode-se falar em *meios de produção de conteúdos ideologicamente comunicáveis*. Esta perspectiva fica evidente quando analisamos a produção de conteúdo intencionalmente falso ou desvirtuado para promover confusão, insegurança e ódio e, em muitos casos, em benefício de um indivíduo, grupo ou organização. As fake news e sua inevitabilidade na vida contemporânea, são o emblema da produção de conteúdo ideologicamente comunicável dos nossos tempos.

Como pensar estes fenômenos com as ferramentas da teoria psicanalítica, ainda mais, sabendo que, desde o início do século XX, as ideias da psicanálise e outras regionalidades científicas, aplicadas pragmaticamente, permeiam todos os recantos da vida cotidiana, sob a forma de discursos capitalistas, da publicidade e da propaganda, inspirando mundos possíveis, expressando e construindo valores sociais, mas também, moldando mentalidades e formatando subjetividades?

Para nos apoiar nesta reflexão, contamos com textos e autores fundamentais, começando com Sigmund Freud (1856-1939) que, nos escombros da Primeira Grande Guerra, em 1920, descreveu o comportamento coletivo a partir dos exemplos do exército e da igreja como paradigmas da obediência e submissão, tanto externa quanto interna. De fato, a figura do líder corresponde, no inconsciente, ao ideal do eu, herança do complexo de Édipo e semblante da imago paterna, coincidindo com a realidade das estruturas hierárquicas objetivas. O conjunto dos indivíduos faz perder a singularidade de cada sujeito, alienada num

traço comum que faz gozar a todos por igual. Analisadas as servidões do eu, eis a *psicologia das massas*, das multidões, das plateias, do público; em outras palavras, do rebanho.

O *futuro de uma ilusão*, de 1927, continua o raciocínio freudiano sobre a cultura, a sociedade e a civilização, focando agora a função da religião, em termos psíquicos, mas também como liame comunitário, para destacar o papel de concepção do mundo, regrando mais o sentido da vida do que a espiritualidade. Em 1930, augurando tempos piores, o *Mal-estar* completaria a trilogia que, por sua vez, teve uma coda póstuma, *Moisés e o monoteísmo*, 1940, além de uma pre-quel muito anterior, *Totem & tabu*, de 1912. Sobre o *Mal-estar na cultura*, Unbehagen in der Kultur, cabem alguns aprofundamentos, uma vez que é a obra inspiradora do título do presente livro. No texto, cultura, esta última palavra, vinda do latim para a língua alemã, ao mesmo tempo conjuga a civilização e a sociedade, obviamente, naquele momento histórico. O primeiro termo pode ser traduzido como desgosto, desagrado, inconformidade, pois o prefixo negativo -un- impede qualquer prazer ou conforto (behagen). Unbehagen, não por acaso, foi o título do disco de 1979 de Nina Hagen (1955), dando voz à revolta punk. Eram as épocas do Welfare State, o estado de bonança europeia como contrapartida do comunismo; quando este caiu, deixou de vigorar, dando lugar ao neoliberalismo contemporâneo. Como costumava dizer Manoel de Barros (1916-2014), antes era pior, *mas depois foi piorando...*

No começo da década de 40, já com Hitler no poder, foi publicada a *Psicologia das massas do fascismo*, de um discípulo desgarrado do movimento psicanalítico, Wilhelm Reich (1897-1957), que diagnosticou a repressão sexual como “praga psíquica” destinada a ser capitalizada politicamente pelo totalitarismo.

Nos anos setenta, a contribuição de Jacques Lacan foi destacada pelo texto *Os quatro discursos* que, em definitivo, acabaram sendo cinco. Com efeito, em princípio postulados no contexto do vigésimo seminário, os discursos do amor, da histeria, da universidade e da psicanálise desenharam os laços sociais da contemporaneidade, mas resultam insuficientes para dar conta das contradições da época; tanto é assim, que foi necessário acrescentar mais um, extraterritorial, abrangente e todo-poderoso, capaz de abranger e sobre determinar os anteriores nele inscritos: o *discurso capitalista*.

Nos últimos tempos, a obra de filósofo lacano-comunista Slavoj Žižek (1949) é a resultante do pensamento teórico que coloca em destaque a interpretação crítica da dominação hipermediática, denunciando os álibis ideológicos que justificam o estado atual do mundo, submetido aos mercados.

Por último, cabe mencionar um intelectual ianque, influenciado por Freud, Nietzsche e Marx, Norman O. Brown (1913-2002), cujos livros *Vida contra morte* e *O corpo do amor*, dos anos sessenta, permitem situá-lo como um antecessor da clínica da cultura.

Estes autores e suas contribuições, além de tantos outros não citados, nos ajudam a compreender a dinâmica da vida na sociedade contemporânea, os fundamentos do “mal-estar” no século XX e o enfrentamento da condição de mal-estar piorado do novo século, atravessado por crises de natureza plural, alongadas e de difícil compreensão de saídas possíveis. Seria justamente por isso que a narrativa da felicidade se intensificou nas últimas décadas? No século XXI, fala-se mais da felicidade que do bem-estar. Seriam sinônimos? A procura da felicidade, *the pursuit of happiness*, também? Vivemos anos (os que já vivemos, os atuais, os vindouros) de fome, guerra, peste e morte, os quatro cavalheiros que trazem sempre péssimas notícias. Infâncias passadas foram ilusionadas pelos Jetsons, na esperança de um futuro onde a tecnologia resolveria as necessidades da cultura material. Eletrodomésticos como Robotina fariam todas as tarefas, 24/7, sem luta de classes. Todavia, nos dias atuais, o espaço da família já foi para o espaço; o trabalho, quando houver, virou a moderna escravidão; os eletroeletrônicos, fetiches autoeróticos; a comida que não alimenta e às vezes, adoce; o ar, grátis, só por ora... O discurso da felicidade sustentou os fins do século XX e inícios de XXI, manifestados em uma infinidade de livros sobre Felicidade, alguns interessantes e propositivos, mas tantos outros, no pior estilo autoajuda, com receitas risíveis bem dispostas na frente das prateleiras de livrarias mundo afora. A publicidade e a marcas trouxeram desde produtos como Happy Pills, franquia europeia de doces festivos, o Open Happiness (2009) e a Happiness Factory (2006), da Coca-Cola, passando pelo Lugar de Gente Feliz (anos 90), O que faz você feliz? (2008), Pra ser feliz (2003), Felicidade é Poder Ser (2021), todos slogans do Pão de Açúcar; e o Vem ser feliz, da Magazine Luiza, esta última inspirada pela expansão da renda das classes populares no Brasil, entre os anos 2003-2013.

A vida pode ser definida como o conjunto de forças que se opõem à morte. É o pulso que pulsa, as pulsões que insistem, resistem, persistem, na vigência da existência. Viver bem e melhor é um anseio universal; em paz, como condição. Hoje, as distopias ganham das utopias, nem é imaginável um porvir proveitoso para todos. *No future*, a profecia punk? A profecia da Adidas? A inspiração de boa parte da arte contemporânea?

Em troca, muitas satisfações são oferecidas, ao alcance dos cartões de crédito e do pix. Curta agora, pague depois. O princípio do prazer norteia o consumo, enquanto desejos são incentivados para realizar aqui e agora. O gozo, então, como direito humano apenas pelo fato de existir, fica por conta do usuário. Estar bem no mundo, quando possível? Sim, porque vida é de graça, ainda que o planeta seja tão caro...

Surgem soluções para as necessidades, realizações de desejos, respostas às demandas: tudo o que se espera neste estágio da civilização globalmente desigual. O futuro foi sempre uma ilusão, comprovando que cada época tem o seu mal-estar. No atual momento histórico, em que as tecnologias norteiam a existência de formas extra-humanas, vale resgatar os perenes ideais de beleza, harmonia, fruição e *dolce far niente*, ao alcance do poder aquisitivo. As vontades tendem a ser comercializadas, enquanto delícias, objetos e experiências são oferecidas no atacado e no varejo, nos tornando usuários dos nossos impulsos,

induzidos pelo Outro tentador, o mercado, que põe à disposição os usufrutos possíveis da realidade, mesmo que o dinheiro não possa comprar amor.... Certamente, um limite para consumo.

Consumir e gozar podem ser sinônimos; na vida cotidiana, cada dia a mais é um dia a menos, exauridos pelo trabalho, sonhando com férias, aposentadoria ou ganhar na loteria. Como seres sensíveis, porém ansiosos, procuramos o que precisamos e tanto mais também: sombra, água fresca, hortifrúteis, eletroeletrônicos, ficções, experiências, fricções e emoções, reais e virtuais, que também são reais. Satis, advérbio em latim, quer dizer *assaz, bastante, muito*; a satisfação, em termos qualitativos e quantitativos, corresponde à equalização da falta com o excesso, no justo meio instável do princípio do prazer. Daí o consumo das satisfações.

Humanos, demasiado humanos, de carne somos, querendo sempre outras coisas, insaciáveis. Consumidores implacáveis, como dissera Rita Lee, encantados com novidades, lançamentos, promoções e ofertas: bem-aventurados sejam os destinatários de tudo aquilo que a cultura (i)material coloca à venda, os produtos, as experiências e as miragens; deles será o maravilhoso mundo das compras e do consumo!

Estas e outras considerações e indagações nortearam a produção dos capítulos deste livro, a seguir apresentados, reunindo professores e pesquisadores que se dispuseram, há quase uma década, pensar, atuar e formar alunos de pós-graduação, em uma perspectiva multi e interdisciplinar, dando origem, em 2017, ao curso Cultura Material e Consumo: perspectivas semiopsicanalíticas, na Escola de Comunicações e Artes, da Universidade de São Paulo. Antecedido pelo seminário Bem-estar na Cultura, de 2016, na ECA, reunindo semioticistas, psicanalistas, antropólogos e publicitários e vários pesquisadores do GESC3 – Grupo de Estudos Semióticos em Comunicação, Cultura e Consumo, na busca de diálogos e pontes que favorecessem a compreensão dos complexos fenômenos da cultura, portanto, comunicacionais e de consumo, se desprendendo dos enraizamentos limitadores de seus campos de atuação, sem perder seus fundamentos teóricos e metodológicos, mas abertos à construção de novas possibilidades, inspirando a reflexão epistemológica, sempre multi e interdisciplinar.

Bem-estar na cultura: consumo de satisfações? procura dar visibilidade aos avanços reflexivos interdisciplinares deste grupo de pesquisadores, ao mesmo tempo que abre um convite a tantos outros professores e investigadores preocupados com a compreensão dos complexos fenômenos do nosso tempo, atravessados que estamos pelo consumo e pela midiatização sem precedentes, mas comprometidos com a indução de caminhos possíveis para uma coletividade em melhores bases, uma luz para o bem-estar na cultura.

2. Metapsicologia das massas

O crescimento demográfico nos finais do século dezanove & começos do vinte na Europa trouxe para a cena pública um novo sujeito histórico: as massas, enormes contingentes de pessoas tomando conta do espaço das cidades, já descritas por Gustave Le Bon em 1895. Outros autores também trataram do tema até a chegada da Primeira Guerra; finda esta, em 1920, foi a vez de Sigmund Freud. As necessidades da teoria o levaram a continuar com o desenvolvimento do eu (**das Ich**) enquanto instância, desde a sua matriz narcísica até a constituição dos ideais. Então, *Psicologia das massas & análise do eu*, situando este conceito não de maneira isolada senão no âmbito social, na interação com outrem.

Para tanto, Freud (1970) dedicou-se às assim chamadas massas artificiais, não espontâneas; seus exemplos, o exército & a igreja, organizações altamente estruturadas, mesmo com finalidades diferentes. Guerra ou paz, ambas contam com hierarquias, lugares de mando & obediência, objetivos claros & adesão cega. Líderes & figuras supremas promovem seus modelos de cima para baixo, assim como as identificações horizontais confraternam os iguais entre si; por último & por princípio, a união dos eus anônimos se reconhece num consenso imposto.

Mutatis mutandis, coube a uma autora atual, leitora de Freud, mas não psicanalista, Barbara Ehrenreich (2000, 2010), bióloga & escritora, aprofundar duas profícuas linhas de fuga. Seu livro de 1977, *Ritos de sangue*, foi um ensaio de estilo antropológico sobre as pulsões destrutivas presentes desde priscas eras na nossa espécie. Na caça, na luta, nos rituais de iniciação, em todos os casos, os homens derramam sangue como condição de afirmação perante os outros, culminando na guerra, a massificação da morte, o extermínio como apogeu, tanto de soldados quanto de civis.

Depois de analisar a presença de Tánatos na história, seu trabalho seguinte abordou a incidência de Eros nas sociedades ocidentais: ***Dancing in the streets. A history of collective joy***, publicado em 2006. *Dançando nas ruas*, na tradução local; em espanhol, ***Una historia de la alegría. El éxtasis colectivo desde la Antigüedad hasta nuestros días***. O título original faz referência literal a um hit da soul music dos anos sessenta, cantado por Martha & the Vandellas. O livro

descreve a história das manifestações de alegria coletiva ao longo do tempo, correlata às resistências sofridas nas diversas épocas por motivos políticos, religiosos ou morais. No entanto, são intrínsecos aos seres falantes, sexuados & mortais os gozos que seus corpos querem externar, quando a ocasião permite. Culturas, etnias & povos dançam suas próprias músicas, as alheias também. O princípio do prazer em movimento, o tesão em ação, a regozijo em ato como força motriz, vivida na festa, no carnaval, nas comemorações.

A guerra também proporciona grandes emoções & pulsões desatadas, destinadas ao sacrifício. Por sua vez, a exaltação da vida, ainda mais de modo plural, multiplica o erotismo dos eventos. Todavia, nem todos os momentos de fruição massiva são permitidos ou admitidos como legítimos, pela limitação dos desbordes ou na repressão da espontaneidade. Vigiar & punir os excessos são constantes históricas, mas o pulso sempre pula, pulsa & impulsiona.

Com a ajuda desta pensadora, comentemos alguns episódios recentes, por demais relevantes. Em primeiro lugar, a vitória de Lula, eleito presidente do Brasil pela terceira vez. A efeméride foi aclamada no final da eleição, concluindo um escrutínio apertado, atingindo o seu zênite no dia da posse. Uma semana mais tarde, os maus perdedores-depredadores tentaram violentamente ofuscar o triunfo.

O caso argentino foi diferente, porque desportivo, não político. A conquista da Copa 2022 em Qatar, com excelentes performances & ansiedades, recompensou: após trinta & seis anos, tricampeões. As festividades superaram o imaginável, com um oceano de cidadãos orgulhosos & contentes pelo desempenho dos jogadores, recebidos como heróis nacionais.

Freud (1970) & Ehrenreich (2000, 2010) coincidiriam na presença de todos os ingredientes para uma grande comemoração: identificações, projeções & transferências, torcida incondicional, ideais à altura dos desejos de todos & cumpridos para valer; muito mais, para além, aquém & alhures da difícil vida cotidiana. O desborde popular extrapolou os limites do bom senso, com cinco milhões de pessoas nas ruas, quicando & se abraçando durante muitas horas. Motivos não faltavam para o acontecimento, confirmando uma frase de maio de 68 num muro de Paris: *A liberdade dos outros expande a minha até o infinito*. A espontaneidade expectante do resultado deu lugar a um tipo de energia pluralizada nunca vista, nem estatisticamente previsível. Tantos juntos nos espaços abertos, partilhando algo bom em comum, sem necessidade de policiamento ou ordem estabelecida, resultou num contingente humano impossível de ser controlado; contudo, a enorme celebração não deu lugar a saqueios ou efeitos de manada, nenhum desastre a ser lamentado, só desejos realizados, gozos expansivos, no fator comum de uma realidade plena.

O verdadeiro milagre não foi ganhar a Copa, condição para tanto entusiasmo; porém, como foi que a magnitude de gente à solta não levou à uma situação caótica em potencial? Uma massa unida pela euforia teria a benção de Eros para se dar bem? Sem dúvida, *um exemplo de estrutura dissipativa com*

capacidade de auto regulação, na terminologia de Ilya Prigogine (2002). A libido tende à formação de redes cada vez mais amplas, abrangendo corpos, mentes, corações, almas: apesar da dor de existir, as pulsões de vida nunca desistem, sempre querendo mais & melhor.

Aqui no Brasil, depois de um resultado reivindicatório & as devidas homenagens à democracia, teve uma ocorrência sinistra, por obra & desgraça de uma multidão de antipatizantes que foi incentivado a destroçar o patrimônio público. A massa antagonica, fermentada no detrimento das instituições, excretou uma malta, no sentido dado a este termo por Elias Canetti (1983): aqueles que, ignorando as mediações simbólicas, partem para a ação direta pela falta de méritos & argumentos. Por final, o sistema republicano repeliu o arbítrio no império da lei. Moral da História: a agressividade também pode ser um liame social, destruidor & desestabilizador, mas nunca invencível.

Ópio do povo ou ódio do povo? As massas acontecem, naturalmente ou incentivadas, segundo fantasmas ideológicos que norteiam a imaginação de muitos. Partindo de uma perspectiva sociológica, a psicanálise acrescenta a dimensão do gozo insensato que habita o ser humano, em especial quando não está só & o grupo arrasta, com os outros ou contra os outros. Dado que o pacto civilizatório só pode vigorar em havendo sublimação como condição da cultura, assim a alegria demonstra ser um eficaz antídoto contra a barbárie.

Referências

- CANETTI, Elias. *Massa & poder*. São Paulo: Melhoramentos. 1983.
- EHRENREICH, Barbara. *Ritos de sangue*. São Paulo: Record, 2000.
- EHRENREICH, Barbara. *Dançando nas ruas*. São Paulo: Record. 2010.
- FREUD, Sigmund. *Psicologia das massas & análise do eu*. in *Obras Completas*. Madri: Biblioteca Nueva, 1970.
- LE BON, Gustave. *Psicologia das multidões*. São Paulo: Francisco Gonçalves, 1986.
- PRIGOYINE, Ilya. *As leis do caos*. São Carlos: Unesp. 2002.

3. Consumo escópico: uma abordagem semiopsicanalítica

“Estou só olhando...”

Considerações iniciais

A presente reflexão busca abordar o consumo escópico, cujo enfoque será dado em torno da relação do olhar no âmbito do consumo nas redes sociais e demais ambiências digitais, como *apps* e plataformas de *marketplace*. Para tanto, será apresentado e discutido referencial teórico da semiótica da imagem, de base peirceana, com foco no signo visual, em seguida aportaremos as contribuições da psicanálise, iniciando pelo conceito de pulsão e pulsão escópica e suas relações com o narcisismo e a fantasia, temáticas fundamentais para o entendimento semiopsicanalítico interdisciplinar que propomos. Importante destacar nosso alinhamento com o conceito de consumo não apenas como transação de compra e venda, mas como processo, com vetores de transferência de significado marcados, no Brasil pela ecologia publicitária, pela moda e pela telenovela e materializado nos diferentes rituais de consumo, de busca, compra, uso, posse, descarte, ressignificação e a circulação permanente de significados (Perez, 2020), integrando, deste modo, as dimensões culturais, materiais, mercadológicas, psicanalíticas e semióticas.

Os consumidores contemporâneos se expressam no mundo por meio do signo visual, quer como amparo as suas demandas, como uma ilustração, por exemplo, quer como essência, tanto para determinar e publicizar suas escolhas, com foco aqui na compra de produtos, adesão e usos de serviços diversos e experiências, quanto para a expressão de sua identidade, privilégio das dinâmicas próprias da moda e do design (Perez e Pompeu, 2020). A centralidade do signo visual fica explícita por meio de usos e consumos, inclusive midiáticos, emblematicamente manifestados nas e pelas redes sociais digitais, que agilizam e amplificam a circulação dos significados, expandindo seu valor de mercadoria, nas lógicas capitalistas. Assim, a questão se apresenta direcionada ao campo dos estudos visuais da comunicação e consumo, aproximando as pesquisas do GESC3 – Grupo de Estudos Semióticos em Comunicação, Cultura e Consumo da ECA – Escola de Comunicações e Artes da USP – Universidade de São Paulo, Brasil, com as pesquisas do grupo Tecnología, Arte y Comunicación, coordenado pelo professor Fernando Contreras-Medina, da Universidad de Sevilla, Espanha, com o qual cooperamos há duas décadas em diferentes frentes de ensino, extensão e, principalmente, investigação e divulgação científica. Um dos recentes produtos

desta cooperação é o livro *Estudios Visuales em Brasil* (2022), editado por Fernando Contreras e Alba Marin, publicado na Espanha com autores brasileiros e espanhóis, cujo capítulo de minha autoria intitulado “A pulsão escópica na cultura digital de consumo: uma abordagem semiopsicanalítica”, expõe as bases desta reflexão, agora mais desenvolvida e com novas articulações teóricas. Também está alinhado com as pesquisas do grupo FACETS – Face Aesthetics in Contemporary E-Technological Societies, liderado por Massimo Leone, da Universidade de Turin e com o LabModa, vinculado ao GESC3 e ao MBA de Moda da ECA USP.

Os signos visuais e as relações de consumo engendradas a partir deles nas ambiências digitais, exploram tanto a captura e o fascínio do olhar do sujeito consumidor, quanto sintetizam as estratégias expressivas das marcas dentro de um enfoque comunicacional, mercadológico e promocional, fundamentais ao seu posicionamento e vendas.

A interdisciplinaridade proposta entre Semiótica e Psicanálise (Chnaiderman, 1989, Santaella e Hisgail, 2013 e Cesarotto, 2018), adora é adensada pelos estudos do Consumo, e se encontra na produção científica de vários autores dos grupos de pesquisa anteriormente citados e também em propostas formativas como o curso de pós-graduação Cultura Material e Consumo: perspectivas semiopsicanalíticas, lançado em 2016 e idealizado a partir do seminário que dá título a esta publicação *O bem-estar na cultura*, organizado por Clotilde Perez e Oscar Cesarotto, na ECA USP, com a colaboração de Paul Kardous, Fani Hisgail, João Fantini, Luis Steban, Pedro de Santi, Eneus Trindade, Bruno Pompeu, Isabel Jungk, todos professores no curso que já está na 6ª. turma (2023). Além deste grupo de professores terem a PUC SP como base de sua formação pós-graduada em Comunicação e Semiótica, também integram a associação Livre SP, que teve na Casa Semio, seu espaço de discussões, pesquisas e formação livre por anos, e que agora segue na formação online, com a participação de semioticistas com interesse na Psicanálise e de Psicanalistas interessados na semiótica, com abrangência nacional, vantagem das tecnologias remotas.

Sobre o signo visual

O estudo dos signos visuais está inscrito na tradição das pesquisas sobre a imagem, presente há séculos no campo das artes, na filosofia, medicina, nas ciências da natureza, na semiótica e tantas outras. A imagem, na sua perspectiva visual (a imagem mental não está em causa neste momento), e alinhados com a semiótica de Peirce, pode ser compreendida como propõe Santaella (1998, p. 37):

“As imagens podem ser observadas tanto na qualidade de signos que representam aspectos do mundo visível, quanto em si mesmas, como figuras puras e abstratas ou formas coloridas. A diferença entre ambas as maneiras de observação se refletirá, na semiótica da imagem, na dicotomia signos icônicos vs. signos plásticos.”

Assim, a imagem como signo icônico se caracteriza pela semelhança que guarda com seu referente, e é justamente desta relação de similaridade que surgem as inúmeras possibilidades de compreensão polissêmica do conceito de imagem visual. Já os signos plásticos, podem ser qualidades sem que tenham a necessidade de representarem qualquer coisa. Simplesmente, a qualidade em si mesma. As cores são a referência dos signos plásticos.

Uma reflexão de nos apoiará na compreensão da potencialidade do signo visual icônico ou plástico, no contexto do consumo digital, é o entendimento sobre as possibilidades de sua recepção. Percepção, contemplação, observação, fruição ou interação (Santaella, 1998, p. 187) são os mecanismos possíveis de apreensão do signo visual que interferirão nos processos de linguagem, pensamento e comportamento.

Em outro trabalho Santaella (2001, pp. 209-260), discorre sobre as diferentes modalidades das formas visuais e suas potencialidades em produzir significados. As possibilidades expressivas dos signos visuais são: 1) formas não-representativas; 2) formas figurativas e 3) formas representativas. As não-representativas são as formas abstratas, já as figurativas são aquelas formas referenciais, que de alguma maneira reproduzem imagens visíveis e reconhecíveis no mundo externo e a formas representativas são aquelas que poderiam ser chamadas de simbólicas, uma vez que serão acessíveis aos que compartilham de seus significados, portanto demandam a consciência do código, regra ou da lei na qual foi constituída.

Quando analisamos as diferentes manifestações dos signos visuais, no âmbito do consumo, e do consumo digital não é diferente, o predomínio é das formas figurativas dado o seu didatismo e pronto reconhecimento, com assertividade. As explosões abstratas acontecem, mas demandam sensibilidades que nem sempre é possível contar quando o que está em causa é uma massa indeterminada de consumidores. Já as figuras representativas estão presentes na linguagem do consumo, principalmente quando o contexto signico é o das marcas. Algumas delas possuem expressões simbólicas muito potentes como nome, logotipo, símbolo propriamente dito, mascotes, cores identitárias etc., que são exploradas. O domínio do signo-visual figurativo tem a natureza da secundidade e, com ela, as características da existência, da consciência e da realidade empírica.

Das pulsões à pulsão escópica

Iniciaremos esta reflexão com o estudo da pulsão e pulsão escópica conceitos psicanalíticos debatidos por Freud e seus sucessores em diversas obras. Ao consultar o Vocabulário da Psicanálise de Laplanche (1983), entendemos que o termo pulsão refere-se a um processo dinâmico que consiste em uma pressão, uma carga energética, que faz o organismo tender para um determinado objetivo (Laplanche, 1983, p. 506). Uma força que impele o sujeito em alguma direção.

Segundo Roudinesco & Plom (1998) o termo pulsão surgiu na França

em 1625 derivado do latim *pulsio* para designar impulsionar; foi empregado por Freud a partir de 1905 no sentido de expressar uma energia que se encontra na origem da atividade motora do organismo e do funcionamento inconsciente do homem, portanto, fundamental ao entendimento da sexualidade humana, central em suas pesquisas. O texto de Freud (1996c, p. 123) que pauta suas reflexões fundantes é intitulado *Pulsões e seus destinos*, onde o autor explora os 4 elementos fundamentais das pulsões: 1) a pressão em si, caracterizada como fato motor; 2) a meta, ou seja, o que se deseja; 3) a coisa, o objeto em relação à qual ou por meio do qual a pulsão é capaz de atingir sua finalidade, o que envolve a dinâmica da satisfação e 4) a fonte, o processo somático que ocorre em um órgão ou parte do corpo de onde se origina o estímulo. Deste modo, para Freud, por pulsão podemos entender o representante psíquico de uma fonte interna de energia e estimulação que flui continuamente, para diferenciá-lo do “estímulo”, que é produzido por excitações isoladas vindas de fora do corpo. Nesse sentido, pulsão, é um dos conceitos da delimitação entre o anímico e o físico, entre o interior e o exterior, o que, de imediato, impõe atenção e complexidade para não cairmos em reducionismos. A hipótese mais evidente em Freud e mais indicada sobre a natureza da pulsão seria que, ela em si mesma, não possui qualidade destacável, devendo apenas ser considerada como uma medida da exigência de trabalho demanda à vida anímica (Freud, 1995, p.159). Assim, a pulsão vai ser aquilo que está entre o físico e a vida psíquica do sujeito, daí que aproximações e abordagens simplórias serão sempre insuficientes.

Não é nossa finalidade neste momento detalharmos as características, os meandros e as consequências das pulsões freudianas, mas sim, compreendermos a pulsão escópica, denominada desta forma por Lacan. Freud (1996a) em “Três Ensaio sobre a Teoria da Sexualidade”, texto publicado em 1905, fala de um mundo interno totalmente novo e com representações próprias, o que veio a fundamentar suas reflexões sobre o inconsciente (Dor, 1989; Cesarotto, 2020) onde trabalha a possibilidade do prazer no olhar, mas não denomina este movimento como pulsão escópica, mas sim como pulsões do olhar.

Escopia é a visão da imagem, termo originário do grego “skopéô” que significa ver, observar, contemplar, examinar, de onde derivam inúmeras palavras do léxico da imagem, incluindo as imagens técnicas, como, por exemplo, endoscopia, radioscopia, colonoscopia etc. Assim, a pulsão denominada escópica é centrada no olhar. Interessante notar que a Psicanálise coloca sua ênfase clínica na fala e na escuta, enquanto a questão do olhar pode parecer estar em um segundo plano, principalmente quando temos em conta que, no processo analítico, a visão saiu da cena em um contexto idealizado de analista na poltrona e paciente no divã de costas para o analista, resultando em uma espacialidade que garante que seus olhares não se encontrem. Ainda que muitas são as possibilidades de posicionamento físico na ambiência da análise, inclusive agora intensificada pelas múltiplas alternativas mediadas pelas tecnologias de comunicação remotas como Skype, Google Meet, Zoom, Teams etc., esta cena “típica”, reforça a ênfase na palavra falada e ouvida. Aliás, um dos primeiros aprendizados que tive quando dos inícios dos estudos psicanalíticos nos fins dos anos 2014, com o grupo aL - associação Livre SP, foi que a Psicanálise poderia ser

compreendida como “a cura pela palavra”. Evidentemente os estudos freudianos sobre o inconsciente já davam sinais da importância da visão e do olhar, em especial, incluindo aqui todas as pesquisas sobre os sonhos e suas expressões, tendencialmente imagéticos, ainda que fugidios no pensamento consciente. A própria diferenciação entre os sexos ocorre por meio do olhar. A visão do pênis no menino e da ausência na menina é fundante desta singularização e promotora de longos debates e investigações. Notamos, portanto, que a questão do olhar não é nem um pouco secundária na Psicanálise e o conceito de pulsão escópica vem demonstrar seu destaque.

Como vimos, pulsão é movimento, e no caso da pulsão escópica, é a energia que nos leva a olhar somada ao desejo que temos de querer ver. Há desejo. Portanto, existe uma dimensão física centrada no olho, mas há também o olhar que se desprende do órgão físico e passa a ser compreendido por meio de uma nova possibilidade: os olhos do inconsciente, do desejo, daí o brilhantismo de Freud, entre outros, evidentemente, o que deveria ter garantido um prêmio Nobel há décadas. As questões do desejo estão marcadas pelas contribuições teóricas e clínicas de Freud, também presentes em inúmeros autores posteriores a ele, com abordagens psicanalíticas em diálogo com outras regionalidades científicas como a filosofia, a história e a antropologia, como emblemático está nas obras *O Olhar e O Desejo*, organizadas por Adauto Novaes (1988; 1990). Assim, abre-se uma imensa reflexão a partir do olhar e suas nuances sofisticadas no entroncamento do inconsciente com o desejo e a busca do prazer.

A pulsão escópica, parte do olho, órgão que visa cumprir com uma tarefa que se complexifica à medida em que não capta apenas aquilo que está diante de si e ao redor, mas sim absorve e põe em movimento propriedades novas atribuídas pelo sujeito ao objeto olhado, propriedades estas completamente singulares e que surgem a partir do modo com que o sujeito está apto e tem condições de perceber o objeto (Peirce, 1995; Santaella e Nöth, 1998). Isto fica explicitado no texto “A Concepção Psicanalítica da Perturbação Psicogênica da Visão” em que Freud aponta a pulsão parcial do olhar onde “... *O prazer sexual não está apenas ligado à função dos genitais... os olhos percebem não só alterações no mundo externo, que são importantes para a preservação da vida, como também características dos objetos que os fazem ser escolhidos como objetos de amor – seus encantos...*” (Freud, 1996b, p.131). Jacques Lacan, no seminário XI, retoma Freud e afirma que a pulsão escópica é a própria sexualidade e reafirma que o objeto desta pulsão é o olhar. Para tanto, o autor pondera “*Em nossa relação às coisas, tal como constituída pela via da visão e ordenada nas figuras de representação, algo escorrega, passa, se transmite, de piso para piso, para ser sempre em certo grau elidido... É isso que se chama olhar*” (Lacan, 1998, p. 74).

Enquanto energia, movimento, pulsão, o olhar ganha destaque em diversos outros momentos na história da Psicanálise, chegando a ser bastante central, inclusive antes das reflexões sobre as pulsões do olhar. É através do olhar que o sujeito vai se constituir à medida em que depende do olhar do Outro para que sua imagem seja formada, fundamental para que o mundo possa ser realmente visto pelo sujeito. Esse momento de reconhecer-se é o que se

denominou Estádio do Espelho, fenômeno importantíssimo para a constituição do ser. Dando sequência a estas reflexões, compreendemos que para que seja possível a um sujeito vislumbrar o mundo, é necessário antes que ele se dê conta de si mesmo, da sua própria e singular existência, de cada uma das partes de seu corpo e de sua totalidade orgânica. É esta consciência que permite o movimento de “olhar-se”, “olhar” e “ser olhado”, instâncias descritas por Freud quando problematiza a pulsão do olhar e seus três tempos.

Importante compreender que a visão em si em nada se assemelha ao olhar. Essa afirmação, passível de causar estranhamentos iniciais, nos é apresentada e discutida por Nasio (1995, p.15), quando atesta “*Ver não é olhar, mas eu diria ainda: é preciso que a visão seja excluída do espaço da sessão analítica para que o olhar tenha maior potência, para que o olhar seja um olhar forte e poderoso*”. Ou seja, este novo lugar dado ao olhar tem extrema importância no desdobramento da vida psíquica dos sujeitos, com implicações diversas, inclusive no processo analítico, mas também comunicacional e mercadológico.

Outro marco da forte presença do olhar nos estudos psicanalíticos é o desenvolvimento do conceito de narcisismo iniciado por Freud e suas relações com a pulsão escópica. Segundo Quinet (2002, p.127), “*no campo visual, o real e o imaginário se declinam respectivamente em escópico (real) e especular (imaginário): o olhar é a modalidade objetual do real da pulsão escópica e o espelho é o fundamento do imaginário, domínio de Narciso*”. Mas, o que explica essa associação ao mito de Narciso? Para a compreensão de tal expressão torna-se necessário recorrermos à mitologia grega, percorrendo o caminho anteriormente feito por Freud. Narciso era um jovem rapaz possuidor de beleza inebriante capaz de extrair suspiros de várias ninfas e donzelas, mas todas eram sistematicamente rejeitadas por ele. Em determinado momento, devassada pela rejeição recorrente, uma das donzelas deseja que algum dia Narciso sinta o que é ter um amor não correspondido e sofra. Seu desejo foi atendido pela deusa da vingança Nêmesis, e eis que Narciso, ao se aproximar de uma fonte de águas límpidas se depara com seu próprio reflexo no espelho formado pela água e imediatamente se apaixona pelo que vê. Narciso entra em desespero, já que não consegue tocar seu amor, assim, limita-se a fitar o seu reflexo, morrendo no local. Narciso se apaixona pela própria imagem, mas não a reconhece como reflexo de si mesmo. O mito de Narciso dá uma forma épica a essa mistura de amor, sofrimento e morte, revelando a base narcisista do amor: amo a mim mesmo através do outro, amo o outro que sou eu mesmo, uma vez que o outro contém o objeto a que lhe confere brilho agalmático (Quinet, 2002, p.127); agalmático é algo que contém uma espécie de enigma, uma sedução falseada, como acontece com Narciso e o amor pela sua imagem refletida na água. Caetano e Gil em Sampa explicitam de forma poética esse amor estético ilusionado “*É que Narciso acha feio o que não é espelho*”. A fascinação de Narciso por Narciso, revela a constituição do objeto causa do desejo, o que em psicanálise denomina-se objeto “a” – ele mesmo. “*Aquilo que escapa ao campo da visão inaugura o que é da ordem do olhar, do desejo de ver. O olhar está fora de qualquer captura especular*” (Scheinkman, apud Motta & Rivera, 2005, p.74).

Freud recorre à mitologia grega, para explicar um conceito

extremamente importante, onde a questão do olhar é absolutamente fundamental e presente em outras narrativas míticas como Medusa, Édipo, Argos, Tirésias, Argos, mas em Narciso ela é destacada. Narciso se apaixona pela própria imagem, assim, podemos concluir, que o que causou seu auto-enamoramento foi a pulsão escópica, ou seja, o que ele, Narciso via refletido na água e o que ele desejava ver; a fusão do olhar com o desejo inconsciente por ele mesmo. Por isso, no limite, narcisismo é morte. Morte simbólica porque centrada em si, sem espaço para o outro. Uma reflexão interessante sobre o narcisismo em uma perspectiva filosófica está em Han (2012), no diálogo que promove com o seu entendimento sobre a depressão tão evidente na individualista e autocentrada sociedade contemporânea.

Em princípio, nada do que vemos é tal e qual a realidade objetiva nos mostra. A pulsão escópica estimula o imaginário. O que “se deseja ver” abre espaço para as fantasias, caminhos que construímos para dar conta dos nossos desejos, edificando contextos e molduras imaginárias, mas que se encaixam “perfeitamente” em nossos quereres. Na fantasia atuam os olhos do imaginário. Deste modo é na fantasia que vamos encontrar aquilo que é capaz de capturar o nosso olhar, temática também explorada por Didi-Huberman (1998, p. 89) “... *Fechemos os olhos para ver...*”. Compreenderemos a função da fantasia na vida psíquica, bem como o modo como ela surge, a partir da relação entre o olhar e os nossos desejos, fertilizados e viabilizados pela nossa capacidade imaginativa.

Para Nasio (2007, p.10) “*A fantasia é a encenação no psiquismo da satisfação de um desejo imperioso que não pode mais ser saciado na realidade*”. Ou seja, é uma realidade tão-somente psíquica, criada pelo sujeito com o objetivo de realizar os desejos que o recalque não permite que venham à tona. Assim, a fantasia tem como objetivo refrear o desejo do sujeito (no caso do sujeito neurótico, uma das estruturas psíquicas possíveis; no perverso e no psicótico o caminho será outro). Diante da impertinência do desejo, o “eu” é levado a se defender, seja tentando recalcar o desejo sem nunca conseguir de fato, seja criando uma fantasia, isto é, imaginando um alívio ficcional completo e impossível reclamado pelo desejo (Nasio, 2009, p.11). O real é impossível, já nos disse Lacan (1998), por isso, o imaginário nos salva pelas possibilidades livres e cheias de sentidos de atenuar as pressões.

Em outra direção reflexiva sobre a fantasia, Quinet (2002, p.170) afirma que sua estruturação tem a natureza da linguagem, uma vez que é fruto do inconsciente:

“A fantasia não se reduz ao imaginário nem à imaginação, apesar de utilizar cenas recordadas, imaginadas ou inventadas. Ela é uma imagem que tem uma determinação significativa, ou seja, uma cena imaginária construída sobre uma frase que, como tal, tem a estrutura de linguagem. Por ser inconsciente, a fantasia é estruturada como uma linguagem da pulsão”.

Assim, o olho e, principalmente o olhar, são portas de entrada para as fantasias que são estrategicamente exploradas pela *cultura do consumo*, amalgamando o que vemos com o que queremos e queremos ver.

O consumo sempre escópico

Estou só olhando... Esta é uma frase comum no contexto do *flaneur* pelas vitrines das lojas de rua e dos centros comerciais, pelos corredores, prateleiras e gôndolas dos grandes magazines e pelos mercados altamente sinestésicos das grandes e pequenas cidades; em um primeiro momento, uma frase bastante despretensiosa, mas que é ao mesmo tempo reveladora da forte carga imaginativa colocada em movimento a partir do olhar destas ambiências estéticas exuberantes e convidativas. Se o olhar, enquanto pulsão escópica, unifica o olhar e o desejo de olhar, ou seja, o que queremos ver, expressão dos nossos desejos, instaura-se imediatamente, a dimensão psíquica e escópica do consumo no cotidiano, sem a qual qualquer conclusão pode ser limitada, rasa ou até mesmo equivocada. O “*estou só olhando...*” do consumidor, encontra a versão do vendedor “*não tocar*”, quando há algo frágil, raro ou caro sendo exposto, o que no caso do digital desapare porque não será mesmo possível tocar objetivamente (como sabemos, o olhar é tátil, mas não vamos nos aprofundar nesta questão por agora). O “*não tocar*” funciona como dispositivo provocador, intensificando a vontade de interagir com o objeto que se apresenta, mas instaura a interdição, reforçando ainda mais o consumo escópico.

As relações entre comunicação e consumo são fortemente marcadas pelas dinâmicas semióticas, o que impõe a compreensão do consumo como semiose, portanto, pautado nos processos de significação (Peirce, 1995; Baudrillard, 2009; Perez, 2017, 2020). Também frequentemente abordadas pelo viés da antropologia, com destaque para os estudos de Mary Douglas & Baron Isherwood (2004), Daniel Miller (2013), Grant McCrackern (2003), Canevacci (2016, 2018) e tantos outros. Portanto, se apresenta como um campo fundamentado na multi e na interdisciplinaridade. A comunicação nunca deixou de crescer, no sentido semiótico, principalmente a partir da evolução da comunicação de massa para a era das mídias e mais recentemente para o digital. Esse cenário moveido foi marcado pelo surgimento de novas formas de comunicação que passaram a operar por meio de mensagens visuais fixas e em movimento, sonoras e verbais, destacando-se alguns momentos particularmente fascinantes como o cinema, a TV e a publicidade que consolidaram, no século XX, uma cultura massificada pelo consumo material e simbólico. Tal processo de proliferação de signos e linguagens visuais, especificamente, passa a funcionar como um conjunto de mensagens-guia de atitudes, hábitos e comportamentos, de expressões estéticas da vida cotidiana, de afetos e de consumo nas sociedades, vistas a partir deste ângulo como sociedades de consumo dada a sua centralidade (Baudrillard, 1973 e 2009; Lipovetsky, 1989; Lipovetsky & Serroy, 2013; Bauman, 2008; Harari, 2018).

Os avanços das tecnologias digitais que experimentamos nos

últimos anos possibilitaram o acesso a uma massa de consumidores que nunca poderíamos ter imaginado, mas agora com a possibilidade de acessá-los considerando suas distinções, suas necessidades, seus valores, enfim conhecendo-os “individualmente”, pelo menos, por meio de suas movimentações e pistas deixadas no ciberespaço (Sato, 2017) é o que promete o manejo dos dados, dos algoritmos e do uso da Inteligência Artificial (Kaufman, 2019). As tecnologias digitais não impactaram em aumento da racionalidade e redução da carga simbólica das mensagens publicitárias, ou mesmo do consumo, ao contrário, cada vez mais os consumidores enveredaram pelo mundo fugidio dos símbolos e estímulos à imaginação da ambiência digital, em busca de produtos, de acesos a serviços ou experiências de entretenimento e a publicidade responde como portadora de mensagens criativas e sedutoras em busca dos ávidos sujeitos desejantes, que somos todos (Perez, 2003, Pompeu, 2021).

A publicidade, impulsionadora do consumo, nos chama a atenção por lidar com um paradoxo interessante: comunica a perenidade, mas sempre nos escapa, é fugidia (Perez, 2017). Atrás de todo anúncio publicitário existe a promessa de outro novo, em uma rapidez alucinante. Na base do prazer estético que nos proporciona um determinado anúncio, da atualização galopante de nosso desejo de posse, uso, contemplação ou ressignificação, que põe em marcha uma página publicitária de uma revista, um *spot* de rádio, um *post* no Instagram ou um vídeo com dancinha do Tiktok, existe a consciência mais ou menos profunda de que outra mensagem, igualmente sedutora que irá rapidamente ocupar seu lugar, essa certeza reconfortante e perturbadora já é parte do jogo (Perez, 2003). Lembrando a máxima gadameriana que “jogar é ser jogado”, o consumidor/espectador/autor ora crê por não ter outra opção ou pela própria conveniência, ora julga que é apenas publicidade e poderá inclusive fazer um juízo positivo consciente a respeito, por exemplo, da estética fascinante que se apresenta diante dos olhos. Sobre a crença, recomendo a leitura de Perez (2023) sobre o texto *A fixação da crença* de Charles S. Peirce, onde os diferentes métodos de consolidação das crenças são problematizados explicando a formação dos nossos hábitos, incluindo os de consumo. Talvez o consumidor acredite na publicidade pela incessante encarnação de novas promessas aparentes do produto que possam se revestir em atributos de novidade e prazer pela satisfação sempre atualizada, mas também sempre transitória. Talvez o consumidor simplesmente acredite nas promessas publicitárias, porque saiba que somos seres desejantes, porque somos humanos e que a busca da satisfação, mesmo na efemeridade do consumo, não é uma escolha racional; Freud nos presenteou com as evidências do inconsciente, a potência das nossas emoções e suas expressões na linguagem (Cesarotto, 2020, Santi, 2011).

As marcas, dentro da dinâmica de uma publicidade ecológica (Perez, 2016; 2018) dispõem de inúmeras possibilidades expressivas, a imagem fixa, a imagem em movimento, o som, o texto, a experimentação, suas misturas, levadas a diferentes mídias e transbordando-as para cidades, ambiências naturais, corpos, cultura material..., praticamente sem limites na busca de construir vínculos com as pessoas, compreendidas como consumidores, portanto, seres desejantes de busca, compra, uso, posse... É claro que percebemos que a

expressão visual de produtos e marcas se sobrepõe às demais manifestações desde os primórdios das relações comerciais, onde ver o produto era a base da negociação nos inícios das trocas realizadas informalmente nos povoados e depois nas feiras e mercados da Antiguidade e Idade Média. O domínio da visão está também explícito nos estudos da comunicação visual das marcas, nas práticas de *visual merchandising*, na pesquisa em design de produtos e embalagens, no design de interfaces das páginas institucionais na rede e *apps*, nas investigações sobre as materialidades e suas diferentes potencialidades semióticas, enfim, em múltiplas perspectivas. Antes da cultura digital o ver se relacionava fortemente com o tocar, reforçando a experiência tátil, muitas vezes determinante da decisão de compra, em muitas situações. Mas, como está o “ver” na cultura digital de consumo? Segue sendo o fundamento atrator e sua expressão central?

O consumo digital e a dependência do olhar

O século XX é marcado pela vivência da sociedade de consumo, na qual desde seus inícios já demonstrava sua força, compartilhando uma cultura centrada no consumo de bens materiais, pós revolução industrial, e fundamentada nas produções para as mídias clássicas, jornais, revistas, cartazes, TV, rádio, na publicidade e nas marcas, seguindo a lógica da efemeridade e circulação ininterrupta que invadiu a vida cotidiana (Lipovetsky, 1989). Caminhamos rapidamente com o avanço do digital para chegarmos ao atual paradigma algorítmico, pautado nas lógicas dos dados massivos e suas correlações, permitidos pela inteligência artificial. Assim, a cultura digital de consumo tem dinâmicas a partir dos produtos e marcas, outras a partir das manifestações das pessoas, consumidores e cidadãos, além da circulação destes sentidos, como acontece no amálgama destas instâncias, no conceito prosumer (Tofler, 1995), no consumidor-ator (Morace, 2012), e outras expressões que revelam a ambiguidade e a porosidade destas posições que, vez por outra, se interpenetram, diferente do passado onde estavam tão bem demarcadas como produção e consumo, emissão e recepção.

As redes sociais digitais hoje formam uma ambiência bastante diversificada, cada qual com suas especificidades, potências e limitações. Uma privilegia o texto rápido, como o Twitter, outras são pautadas na imagem estetizada, como o Instagram, outras ainda focadas no entretenimento e na diversão imediatas, como o Tiktok com os vídeos curtos, dancinhas e apelos humorísticos, apenas para citar algumas destas redes e algumas de suas características mais marcantes. Apesar das especificidades, as redes sociais congregam e se afirmam unificadas no exibicionismo, no fetichismo (Freud, 1996d; Canevacci, 2016) e no voyeurismo. Ou seja, “ismos” centrados no olhar, ainda que possam se reforçar e se diversificar por meio de outros sentidos e estímulos à sensibilidade, as redes sociais digitais corporificam o olhar e o desejo de olhar. Não é objetivo desta reflexão a discussão sobre as inúmeras outras dimensões das redes sociais ligadas a informação, aprendizagem etc. etc., mas

sim as dinâmicas pautadas no olhar em sua complexidade e suas implicações nas relações de consumo. Nesse sentido, as redes sociais são o “mundo perfeito” da pulsão escópica. Nelas, o olhar, o olhar-se e o ser olhado atuam na simultaneidade da circulação desenfreada das postagens, comentários, *likes* e compartilhamentos, permitindo métricas de engajamento e de explicitação dos desejos que estariam recônditos não fosse o espalhamento midiático que vivemos (Jenkins, Ford, Green, 2013).

No contexto do consumo e das manifestações da ecologia publicitária nas redes digitais, tanto as postagens, comentários, *likes* e compartilhamentos das marcas exploram o olhar, quanto as manifestações dos sujeitos plurais, empoderados, multivíduos (Canevacci, 2018). As marcas olham os consumidores, e os consumidores olham as marcas. As marcas se olham em processos reflexivos fundamentados nas pesquisas de saudabilidade, reconhecimento e lembrança (*brand awareness*), valor (*brand equity*) e reputação (*reputation value*) e os sujeitos-produtores se olham na busca de aceitação e gozo (Valas, 2001), revelados pelas curtidas e pela identificação do que “funciona” neste jogo, para explorar ainda mais suas potencialidades. As marcas se dão a ver, se mostram, se oferecem para serem olhadas, aqui emerge a essência da Publicidade como possibilidade efetiva de expressão sensível do que há de melhor, mas também do que pode haver de pior, como acontece na publicidade abusiva, preconceituosa, sexista, racista. As marcas se mostram para vender, fundamento da dinâmica capitalista. As pessoas se mostram para viver (Perez, 2022), revelando seu narcisismo, nos limites amplos do exibicionismo, borrando as fronteiras do privado e do público, deixando de lado qualquer julgamento moral, evidentemente. As pessoas se mostram para vender o que são e o que pretendem que os outros pensem que elas são, a partir da fertilidade do imaginário de cada um e das intenções acerca dos efeitos sobre o outro, terreno da fantasia, que possibilita, em última instância, o enfrentamento da vida. Aqui, conciliamos novamente o pensamento analítico com as contribuições de Quinet (2002) sobre o objeto agalmático, aquele enigmático e sedutor, mas também enganoso. Tanto por parte das marcas, mostrar “mais e melhor do que são”, quanto dos sujeitos, exatamente na mesma dinâmica do mostrar “mais e melhor do que são”, aí é que está a potência do falseamento, o exagero.

O olhar, o olhar-se e o ser olhado, diferentes dimensões da pulsão escópica estão na essência das relações de consumo na ambiência digital (Perez, 2022). Não apenas nas redes sociais, claro, terreno fecundo para expressão simbólica do imaginário e da fantasia, mas nos sites, *blogues*, *apps* de compra, *market places*, *omnichannel*. O “estou só olhando...” recorrente nas relações físicas do consumo como estratégia para evitar a pressão dos vendedores, está fortemente presente no digital, ainda que não pronunciada oralmente, o que explica, por exemplo, o *flaneur* pelo feed dos *apps* de compra das marcas e do varejo multimarcas, a escolha de produtos, com o famoso direcionamento para o “carrinho”, “cestinha” ou “sacola” de compras em um *click* e o sistêmico hábito de não fechar a aquisição, ou seja, não pagar o pedido e finalizar a transação. Olhar, escolher e direcionar os produtos para o carrinho (sempre presente com um símbolo figurativo e o número de itens escolhidos – portanto, bem visual),

satisfaz nossos desejos, proporcionam gozo (Valas, 2001, Perez 2022); quiçá, de fato a satisfação esteja no plano do olhar e do imaginário do consumo, no movimento e não na concretude, aqui expressa na fisicalidade do produto, que aliás, não será simultânea, como no consumo físico, na melhor das hipóteses esperaremos 24h para termos a mercadoria. Poderíamos concluir que as redes sociais nas suas dinâmicas de consumo proporcionam o gozo escópico, prescindindo da posse, do uso e até mesmo da materialidade do produto. Por isso, compreendemos a importância das preocupações instauradas pelas reflexões e práticas mercadológicas intituladas *phygital*, com a integração do físico com o digital, no caminho da articulação do “melhor dos mundos”, porque, em princípio, gozo escópico do cliente não gera faturamento para o anunciante.

Ainda que outras sensibilidades sejam exploradas, a dependência do olhar no consumo digital é imensa e a exploração da pulsão escópica determinante do êxito em qualquer abordagem ou métrica que se pretenda avaliar, mesmo que tais reflexões e intenções deliberadas não sejam esperadas pelos gestores das marcas. O olhar é fundante da sociedade digitalizada, algorítmica e psicologizada que construímos e na qual vivemos.

Considerações finais

A partir do momento em que o olhar passa a ser compreendido de maneira complexa ele ganha uma posição central nos estudos psicanalíticos. Ele é tomado enquanto pulsão escópica e transformado em outra coisa que não ligada apenas ao seu órgão de origem, o olho. Deste modo, assume uma grande importância na vida psíquica dos sujeitos, uma vez que passa a ser o cerne de vários processos da constituição psíquica e participa de muitas manifestações sociais, incluindo as dinâmicas do consumo. O olhar estará presente desde o complexo de Édipo e de castração, quando a diferenciação dos sexos é dada a partir dele, e sobretudo participa da constituição do Supereu na saída desses processos presentes na neurose, um dos sofrimentos sintomáticos mais estudados na Psicanálise, bem como no Estádio do Espelho onde assume papel central ao dar ao sujeito sua dimensão corporal, a totalidade de sua existência. Neste ponto também, o sujeito vai adquirir a partir do olhar não só a imagem de si mesmo, mas também a percepção totalizante do mundo. A fantasia toma conta neste momento, pois é a partir dela que o sujeito vai lidar com seu desejo e aprender a suportar a realidade “recentemente” aprendida. A fantasia marcará os objetos criando uma realidade diferente para eles, revestindo-os de construções fabulares e imaginativas para que o sujeito nunca veja aquilo que o objeto concretamente é, ele os vê, como aprendemos, com os olhos do imaginário, com os olhos do inconsciente. Portanto, o sujeito ganha novos e mais potentes olhos, capazes de vislumbrar uma infinidade de possibilidades e de ver além daquilo que os objetos podem transparecer em sua simplória realidade física. Vê o mundo com mais cores, com outras formas e texturas, com sabores e aromas, com os relevos exuberantes próprios do imaginário, por mais que não haja luz ou que os

objetos nem sejam nem um pouco interessantes. É o modo como amamos e nos relacionamos com os objetos que amamos, a partir da nossa própria imagem e das nossas condições psíquicas e semióticas de perceber o mundo apoiados em nossas particulares fantasias, que traz sentido à nossa vida.

Na perspectiva da semiótica peirciana, o signo visual é central em vários debates, com destaque sobre suas manifestações a partir das semelhanças com seus possíveis referentes, com uma construção arbitrária, portanto, simbólica e por meio de suas qualidades, pura primeiridade. Portanto, quando articulamos o conhecimento que a psicanálise aporta sobre a pulsão escópica, com as expressões possíveis dos signos visuais, notamos a complexidade possível de suas manifestações e a fertilidades de seus efeitos nas mentes interpretadoras, aqui tomadas como consumidores. Do mesmo modo, se os gestores das marcas tiverem a formação ou o desejo de estudarem e compreenderem estas potencialidades, certamente, teriam melhores possibilidades de produzir estímulos marcários com alta potência de engajamento e quiçá, vendas.

Mesmo sem a profundidade da articulação Semiótica e Psicanálise, para o consumo, o olhar e a exploração visual das mercadorias sempre foram centrais. Desde os primórdios das relações de troca, a preocupação com a melhor disposição dos produtos ou dos anúncios, determinavam sua aquisição e ensinavam sobre suas possibilidades de uso. Caso exemplares são as negociações das prateleiras de supermercados, onde aquelas que estão na altura dos olhos e nas pontas de gôndola, têm mais valor. Nas dinâmicas de consumo em geral e nas instauradas pela ambiência digital, quer pelos *sites*, *blogues* e *apps*, mas, principalmente, pelas redes sociais, fica evidente a dependência mútua do olhar de produtores-consumidores; olhar compreendido aqui pelo viés da Psicanálise, o olhar, o olhar-se e o ser olhado. O olhar do, para e por meio do consumo é mais uma possibilidade de análise dos nossos desejos inconscientes que transbordam à vida social explicitando visualmente o que somos, o que queremos ser e ver e o que queremos que vejam de nós, com todas as consequências mercadológicas, semióticas e psíquicas. As redes sociais incentivam a produção e publicização das fantasias, abrindo espaço para o nosso inconsciente libertário se expressar (até certo ponto, a depender da castração e da consciência das responsabilidades), com aspectos positivos, uma vez que é produto da nossa capacidade imaginativa, mas também com possibilidades de criações nefastas, irresponsáveis e até criminosas, ainda que não seja objeto das nossas preocupações neste momento, não se pode negligenciar sobre suas possibilidades destrutivas.

Estas são reflexões sobre as potencialidades da conciliação da Psicanálise com a Semiótica para o aprofundamento teórico sobre questões atinentes ao consumo contemporâneo, com foco no consumo digital. A compreensão da pulsão escópica e da potencialidade do signo visual são um caminho muito rentável e que será adensado em pesquisas futuras com novos aportes teóricos e reflexivos a partir dos estudos sobre o fetichismo, *voyeurismo*, cegueira histórica, alucinações etc., em Freud, Lacan, Huberman e demais psicanalistas, na articulação com a Semiótica, mas também com a Antropologia e a Filosofia, regionalidades que se debruçam sobre o olhar, suas características e potencialidades.

Referências

- BAUDRILLARD, J. *Sociedade de consumo*. Lisboa: edições 70, 2009.
- BAUDRILLARD, J. *O sistema dos objetos*. São Paulo: Perspectiva, 1973.
- BAUMAN, Z. *Vida para o consumo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- CANEVACCI, M. *Antropologia da Comunicação Visual*. São Paulo: Perspectiva, 2018.
- CANEVACCI, M. *Fetichismos Visuais*. São Paulo: Ateliê, 2016.
- CESAROTTO, O. *Inconsciências*. São Paulo: Iluminuras, 2020.
- CESAROTTO, O. *Semiótica psicanalítica para crianças de 0-99 anos-luz*. V10, n. 2. São Paulo: Signos do Consumo. 2018 <https://www.revistas.usp.br/signosdoconsumo/article/view/147330>.
- CHNAIDERMAN, Miriam. *Ensaio de Psicanálise e Semiótica*. São Paulo: Escuta, 1989.
- CONTRERAS-MEDINA, Fernando. *Elementos de los estudios visuales: un análisis crítico de la mirada desde el esencialismo visual a los regímenes escópicos*. Palabra Clave, 21(4), 1189-1213. doi: 10.5294/pacla.2018.21.4.10, 2018.
- DIDI HUBERMAN, G. *O que vemos e o que nos olha*. Lisboa: Editora 34, 1998.
- DIDI HUBERMAN, G. *Desear, Desobedecer. Lo que nos levanta*. Madrid: Editorial Abada. 2020.
- DOUGLAS, M. & ISHERWOOD, B. *O mundo dos bens. Para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.
- DOR, J. *Introdução à leitura de Lacan: o inconsciente estruturado como linguagem*. Tradução Carlos Eduardo Reis. Porto Alegre: Artmed, 1989.
- FREUD, S. *Três ensaios sobre a teoria da sexualidade*. Rio de Janeiro: Imago. Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud, vol. VII, 1996a.
- FREUD, S. *A concepção psicanalítica da perturbação psicogênica da visão*. (1910). Rio de Janeiro: Imago, Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud, vol. XI., 1996b.
- FREUD, S. *Pulsões e seus destinos*. (1915). Rio de Janeiro: Imago. Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud, vol. XIV, 1996c.
- FREUD, S. *Sobre o narcisismo: uma introdução*. Rio de Janeiro: Imago. Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud, vol. XIV, 1996d.
- HAN, B.C. *A agonia de eros*. Petrópolis: Vozes, 2012.
- HARARI, Yuval. *21 lições para o século XXI*. São Paulo: Cia das Letras, 2018.
- JENKINS, H.; FORD, S. & GREEN, J. *Spreadable media*. New York: NYU, 2013.
- KAUFMAN, Dora. *Inteligência Artificial irá suplantará a inteligência humana?* São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2019.
- LACAN, Jacques. *O Seminário, livro I: Os escritos técnicos de Freud, 1953-1954*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1979.
- LACAN, Jacques. *Função e campo da fala e da linguagem em psicanálise*. In J. Lacan. *Escritos* (pp. 238-324). Rio de Janeiro: Zahar. (Trabalho original publicado em 1953), 1998.
- LACAN, Jacques. *O Seminário, livro II: os quatro conceitos fundamentais da psicanálise*, 1964. Rio de Janeiro: Jorge Zahar., 1985.
- LAPLANCHE, J.; PONTALIS, J.B. *Vocabulário da Psicanálise*. 7ª. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1983.
- LIPOVETSKY, G. *Império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

- LIPOVETSKEY, G.; SERROY, J. *A era do capitalismo estético*. São Paulo: Cia das Letras, 2013.
- McCRACKEN, G. *Cultura e consumo. Novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo*. Trad. Fernanda Eugênio. Coleção Cultura e Consumo coordenada por Everardo Rocha. Rio de Janeiro. Ed. Mauad, 2003.
- MILLER, D. *Trecos, troços e coisas*. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- MORACE, F. *Consumo autoral. As gerações como empresas criativas*. 2a. Edição. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.
- MOTTA, L. A.; RIVERA, T. *O fascínio do ver e a angústia do olhar: sobre o corpo e a subjetividade*. Revista Latinoamericana de Psicopatologia Fundamental. São Paulo: Vol. VIII, no. 4, pp. 665-678, 2005.
- NASIO, J.D. *O olhar em Psicanálise*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1995.
- NASIO, J.D. *A Fantasia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.
- NOVAES, A. *O Olhar*. São Paulo: Cia das Letras, 1988.
- NOVAES, A. *O Desejo*. São Paulo: Cia das Letras, 1990.
- PEIRCE, C. S. *Semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 1995.
- PEREZ, C. *A comunicação da completude: a busca do objeto de desejo*. Revista Mackenzie, Educação, Arte e História da Cultura. Ano 3, número 4, 2003.
- PEREZ, C. *Ecologia publicitária: o crescimento signico da Publicidade*. GP de Publicidade e Propaganda. São Paulo: Intercom, 2016.
- PEREZ, C. *Signos da marca: expressividade e sensorialidade*. 2ª. edição. São Paulo: Cengage, 2017.
- PEREZ, C. *Estéticas do consumo a partir do ecossistema publicitário*. Revista Observatório. V.4, S.5, pp.788-812, 2018.
- PEREZ, C. *Há limites para o consumo?* São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2020.
- PEREZ, C. e POMPEU, B. *Moda mimética, desviante e criativa: em busca da secundidade perdida*. Revista De Signis, volume 32, 2020 <http://dx.doi.org/10.35659/designis.132p49-61>.
- PEREZ, C. *A pulsão escópica na cultura digital de consumo: uma abordagem semiopsicanalítica*. In CONTRERAS, F. & MARIM, A. *Estudios Visuales en Brasil*. Valencia: Tirant lo Blanch, 2022.
- PEREZ, C. (org.) *Charles Sanders Peirce: a fixação da crença*. São Paulo: Paulus, 2023.
- POMPEU, B. *De onde veio, onde está e para onde vai a Publicidade?* São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2021.
- QUINET, A. *Um olhar a mais, ver e ser visto na Psicanálise*. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- SANTAELLA, L. & NÓTH, W. *Imagem – Cognição, Semiótica, Mídia*. São Paulo: Iluminuras, 1998.
- SANTAELLA, L. & HISGAIL, F. (orgs.). *Semiótica psicanalítica: clínica da cultura*. São Paulo: Iluminuras, 2013.
- SANTAELLA, L. *Matrizes da linguagem e pensamento. Sonora, visual, verbal*. São Paulo: Iluminuras, 2001.
- SANTI, P. de. *Desejo e adição nas relações de consumo*. São Paulo: Zagodoni, 2011.
- SATO, Silvio. *Signos da mobilidade: marcas e consumo na cultura digital*. Curitiba: Appris, 2017.
- ROUDINESCO, E.; PLON, M. *Dicionário de Psicanálise*. Tradução de Vera Ribeiro, Lucy Magalhães. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.
- VALAS, P. *As dimensões do gozo. Do mito da pulsão à deriva do gozo*. Tradução de Lucy Magalhães. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- TOFLER, A. *A terceira onda*. São Paulo: Record, 1995.

4. Os usos do fetichismo pelo discurso do capitalismo

Para não extrapolar a relação conceitual entre o fetiche, pensado desde a clínica psicanalítica e como ele é pensado também desde a lógica do mercado –na economia libidinal e na economia material– convém reafirmar a assertiva do filósofo esloveno Slavoj Žižek (1996a, 1996b, 2008), segundo a qual a homologia é metodológica, nada mais.

Pensada, portanto, desde a escrita de Freud e Marx, esta homologia metodológica na melhor das hipóteses suscitaria a simpatia de leitores que reconhecem nas obras destes dois pensadores a herança e mesmo a superação lógica do pensar positivista; antes dele, do cartesianismo iluminista. Lógico manter aí algo da mesma disposição anticlerical notória desde a prática científica embutida no pensamento darwinista. Não é novidade alguma apontar a tríade Darwin, Marx, Freud para personificar o ápice da crítica ao *ancient regime*. O que parece ainda pouco explorado é a aplicação dessa homologia metodológica para a crítica ao capital. Ou –como Lacan chegou a nomear– a crítica ao Discurso do Capitalismo.

Não se trata, então, de argumentar que o fetichismo definido por Marx (2005) é superior ao uso que dele fizeram Freud (1974) e Lacan (2009), ou vice-versa. Mas, antes, reconhecer que em ambos os usos subjaz uma crítica consistente à ilusão que permite manobras na economia, na sociedade, em favor do capitalista.

Lacan, ao abrir o precedente para um discurso centrado no oferecimento de objetos que neguem a castração, abriu também a questão de ser ou não o capitalismo um sistema exclusivamente valorativo do fetichismo, posto que os sujeitos ficam reduzidos aos objetos que têm ou que podem ser (considerando que na lógica industrial da moda, na pós-modernidade, as pessoas ficam, elas mesmas, reduzidas à condição de objeto). Circunstância em que cremos encontrar a particularidade de um *fetichismo da mulhercadoria*.

Isto posto –como sabemos desde a perspectiva psicanalítica– é a mulher como incompleta que o fetiche busca renegar (**verleugnung**). Ao capitalista assiste a habilidade publicitária de ofertar mercadorias e serviços como substitutos para a angústia que presente; que as mercadorias tenham seu preço determinado pelo trabalho abstrato que as valora, nada tem de relativo à sua apresentação publicitária como supressão da angústia.

É esse vínculo estreito que permite a Lacan apresentar o fetichismo como prática modelar da perversão, derivando disto o capitalismo como clinicamente perverso. Questão que pode ser melhor compreendida em Engels do que em Marx, assim como mais em Lacan do que em Freud.

Isto pois, como já é reconhecido que o trabalho de Marx assentou o conceito em termos relativamente objetivos sem ponderar de maneira sistemática acerca de suas implicações em outras disciplinas, ainda algo inéditas. Ao refletir, por exemplo, sobre *A origem da família, da propriedade privada e do estado*, Engels (2019) notavelmente percebe o valor, incompreendido pela ordem masculina da sociedade, acerca da sexualidade feminina. Limitada, então, à condição de mercadoria, a mulher ficaria fetichizável. Buscando subsídio para seu argumento também na etimologia, Engels destaca o significado original de *família*, de **famulus**: escravo doméstico. Mercadoria.

Ora, já sabemos que é essa a redução da alteridade à objetualização que há de essencial no fetichismo tomado desde a psicanálise. Que sua origem seja uma limitação acerca do conhecimento do feminino, que sua evidência seja o deslocamento da relação entre pessoas para aquela entre partes, objetos. Lacan aponta aí uma ação oportunista do discurso do capitalista.

As mercadorias possuem valor de uso, não se nega. Sua crítica vai apontar para a utilização –notadamente publicitária– de valores que a mercadoria não tem, valores simbólicos, valores fálicos.

Como a maturidade é – já está dito desde os fundamentos da teoria psicanalítica– a adaptação, o aprendizado sobre a incompletude, sobre a castração, sobre a *dor de existir*, então a doação de objetos com o propósito de suprimir esta falta (que está na base sempre ambivalente do laço social) é da mesma ordem que a adoção do fetiche como ponto de ancoragem do desenvolvimento psíquico para negar a falta na mulher. É, então, perversão.

Não se trata da defesa escatológica de uma sociedade ser objetos, mas da crítica à ilusão de que o valor não está nas relações humanas, no trabalho. Não se nega o valor da mercadoria, mas a exaltação do fetiche para suturar o real. Assim como não se pode impedir que o caminho do gozo encontre, no corpo do outro, este ou aquele ponto de ancoragem.

Pode-se, sim, negar o valor do fetiche em, por exemplo, um automóvel, sem negar o fato de que, sim, ele funciona, transporta, tem valor de uso. Uma coisa é notar que, noutro exemplo, entre os americanos do norte os seios femininos são particularmente valorizados, outra coisa é pensá-la –a ela mulher– como adendo ao par de seios. Zizek (2008) afirma que:

O sentido da análise de Marx é que as próprias coisas (mercadorias) acreditam no ligar dos sujeitos: é como se todas as suas crenças, superstições e manifestações metafísicas, supostamente superadas pela personalidade racional e utilitarista, se encarnassem nas “relações sociais entre as coisas”. Os sujeitos já não acreditam, mas as coisas acreditam por eles

Assim, a crítica à perversão está na impossibilidade de aceitar o outro (alteridade) para além dessa condição objetual imposta pelo fetiche. Um ípod pode sim tocar mais e melhores recursos midiáticos, um automóvel pode ser mais econômico, sustentável e confortável quanto uma mulher pode exaltar em seu corpo os atributos que acredita capazes de atrair o desejo do Outro. Em nenhum desses casos, todavia, deve-se perder a consciência da finitude que permite o laço social. De que a parte não é o todo.

Quando o discurso do capitalista se opõe à esta realidade estruturalmente temos o que, desde a clínica psicanalítica, define-se como perversão.

Referências

- ENGELS, Friedrich. A origem da família, da propriedade privada e do estado. São Paulo: Boitempo, 2019
- FREUD, S. O mal-estar na civilização (1930{1929}). Rio de Janeiro: Imago, 1974. (Ed. standard brasileira das obras completas, 21).
- LACAN, J. De um discurso que não fosse semblante (1971). Rio de Janeiro: J. Zahar, 2009. (O seminário, 18).
- MARX, Karl. O Capital. São Paulo: Centauro Editora, 2005.
- ZIZEK, Slavoj. Em Defesa das Causas Perdidas. São Paulo: Boitempo, 2011
- ZIZEK, Slavoj. Como Ler Lacan. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- ZIZEK, Slavoj. A Visão em Paralaxe. São Paulo: Boitempo, 2008.
- ZIZEK, Slavoj. Introdução: O espectro da ideologia. In: _____ et. al. (org.). Um Mapa da Ideologia. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996a, p. 7-38.
- ZIZEK, Slavoj. Como Marx inventou o sintoma? In: _____ et. al. (org.). Um Mapa da Ideologia. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996b, p.297-331.
- ZIZEK, Slavoj. Eles não sabem o que fazem: o sublime objeto da ideologia. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1992.

5. Cultura & bens de consumo: dinâmicas simbólicas de significação

O presente artigo busca, ao evidenciar a natureza semiótica do ser humano, seu desejo e suas produções, refletidas pela cultura, cultura material e de consumo, compreender as características, os movimentos e transformações dos processos de significação no universo do consumo, identificando padrões e estratégias que instigam a condição desejante dos sujeitos consumidores. O potencial do método semiótico e sua contribuição ao estudo das questões comunicacionais e publicitárias reside na decodificação dos signos, das representações que orientam as ações e decisões de consumo, desvelando as dinâmicas de significação e atribuição de valor simbólico a bens e serviços. Três características fundamentais.

O ser humano é um ser de linguagem, ele a cria e utiliza, sendo essa a principal característica que o distingue. Humanos pensam o mundo e para isso precisam trazê-lo para dentro de suas mentes. Como não se pode trazer fisicamente as coisas para dentro do cérebro, o que se faz é representar o que está no exterior, sejam objetos, seres vivos ou situações, e usar as representações dos diversos fenômenos para pensá-los. Por essa razão, humanos estão constantemente significando e ressignificando suas percepções e vivências, seu estar no mundo. Essas representações são o que a semiótica chama de signos, cujos tipos ela estuda a fim de compreender as significações possíveis. O pensamento se processa sempre por meio de signos (PEIRCE, 1868, EP 1, p. 30) e, apesar da palavra “signo”, no sentido de representação, não parecer muito familiar à primeira vista, ela está embutida em palavras usadas frequentemente, tais como “significar” e “significado”, pois, para compreender algo, pergunta-se o que isso significa. Essa pergunta mostra que se buscam sempre as significações dos fenômenos experienciados e que compreender requer desvendar os signos, a forma como algo foi representado psicicamente, decifrando sua mensagem, explorando e interpretando seu teor significativo, o que, em sentido amplo, é decodificar sua linguagem, pois toda linguagem, nas suas variadas formas, é um conjunto de signos.

Etimologicamente, a palavra infante – criança – significa aquele “que não fala” (HOUAISS, 2000). Mesmo sem ser capaz de verbalizar ainda, a verdade é que,

do nascimento ao último suspiro, e até durante o sono, estamos constantemente processando representações. Por isso, quando se diz que o homem é um *animale rationale*, e que os demais não o seriam – ainda que se saiba que animais pensam e se comunicam, embora muitas vezes de formas simplificadas –, se deveria mais apropriadamente dizer que o homem é um *animal semiótico*, que está constantemente criando signos e desvelando suas significações, através das quais se comunica e insere em seu grupo. Essa capacidade única tem como consequência a criação da cultura que, metaforicamente, é uma espécie de água do aquário onde nadamos, constituindo-se como o conjunto simbólico que expressa as peculiaridades de cada grupo social e no qual o indivíduo se “movimenta”, tanto subjetiva como coletivamente. A cultura é assim o universo produzido pelas significações humanas, sendo a faculdade signica o elemento condicionante de todas as demais atividades do ser humano.

Embora a produção e uso de signos e linguagens possa ser considerada a competência humana mais característica, outra se destaca: a capacidade de trabalhar e manipular a realidade material, criando objetos novos, diferentes dos oferecidos espontaneamente pela natureza. O *homo faber*, ou homem fabricante, exerce sua inteligência e criatividade sobre o mundo natural, criando coisas a partir da matéria-prima que dele extrai, fabricando-se também a si mesmo nesse processo e passando a coabitar um espaço de objetos artificiais. Como observa Lafer (1981 in ARENDT, 2007, p. 345), “o habitat humano é, por isso mesmo, nitidamente diferente de qualquer ambiente natural. É um habitat cercado de objetos que se interpõem entre a natureza e o ser humano” e que, pode-se acrescentar, servem também como mediadores entre o humano e seu contexto. Dessa segunda característica fundamental resulta a cultura material, o conjunto de todo tipo de objeto concreto e palpável, isto é, dotado de extensão física, e que tenha sido feito ou modificado pelo homem. Embora a expressão seja usada pela arqueologia, ela pode ser estendida a todos os elementos materiais, tangíveis, fabricados pelo homem e que são característicos de cada grupo social definido no tempo e no espaço, ou seja, histórica e geograficamente. Esse conjunto de bens é sempre fruto do patrimônio simbólico de crenças, hábitos e propósitos, daí a cultura material se relacionar com a finalidade ou o sentido que os objetos têm para um grupo social em uma cultura, podendo-se aferir, a partir deles, a importância e influência que exercem na definição da identidade cultural de uma sociedade e seus integrantes:

Cultura material é o nome convencional para o produto tangível da conduta humana. É um termo estranho, cultura material, pois a cultura é imaterial. A cultura é um padrão na mente, interno, invisível e em transformação. Coisas materiais [...] permanecem solidamente no mundo lá fora. [...] A cultura material é a cultura tornada material; é o gênio interior atuando no mundo. Começando necessariamente pelas coisas, mas não terminando nelas, o estudo da cultura material usa os objetos para abordar o pensamento e a ação humanas. (GLASSIE, 1999, p. 41)

O último – e não menos importante – traço que caracteriza nossa humanidade e que buscamos evidenciar neste estudo é a condição desejante

de nosso estar no mundo. Se, por um lado, o humano pode se conceber como indivíduo, como um ser uno no comando consciente de seus processos mentais a fim de suprir suas necessidades, essa é uma “ilusão de autonomia” e “pretensão de ser dono de si e agente de seu querer” (CESAROTTO, 1995, p.101), pois, em suas profundezas, ele é *sujeito do desejo*, em constante tensão por ser psicologicamente incompleto desde seu nascimento e, portanto, ser sempre desejante. Necessidade e desejo têm origens diferentes; as necessidades humanas se constituem a partir das vicissitudes materiais que o metabolismo ativo da vida acarreta. Agasalho, alimento e contato físico são necessidades comuns aos mamíferos. Mas o desejo vem da própria constituição do sujeito com tal; vai além, afeta inclusive o modo de suprir as necessidades básicas, e está sempre em busca de algo mais.

Como abordado anteriormente (JUNGK, 2019, 2021), os mecanismos do desejo se instauram juntamente com a constituição psíquica do sujeito, e se manifestam conscientemente, mas principalmente de forma inconsciente. As necessidades orgânicas advêm de tensões internas e são satisfeitas plenamente, embora temporariamente, pela ação do objeto específico que elas requerem (ver JUNGK, 2021, p. 5 e ss.). Já o desejo permanece ligado a traços de memória de satisfação das vivências infantis que não retornam mais, e que funcionam como representações desse objeto originário de desejo, modulando a psique:

A realidade, por este viés, acaba sendo o espaço onde o eu, pela via do sistema percepção-consciência, buscará, para além dos dados sensoriais, reencontrar o objeto que o põe em causa, seja uma voz ou um olhar, isto é, os saldos da trama edipiana cujos restos, palavras e desejos deixaram como efeito a modulação lógica da fantasia. (CESAROTTO, 1995, p. 101)

Assim, o sujeito está destinado a desejar e a buscar permanentemente sua satisfação, ainda que de forma parcial e provisória, pois o modo fundamental de funcionamento do desejo é sua natureza volátil e móvel, uma vez que se desloca constantemente ao longo das cadeias de significação que o representam e ressignificam continuamente. Isso equivale a dizer que o desejo também funciona como um signo, pois se constitui como a representação da psique humana de uma falta originária que nunca poderá ser preenchida. Por isso, a cada desejo satisfeito, surgem novos desejos... Durante a vida, o matiz dos desejos subjetivos será influenciado pelas experiências singulares, pelo próprio desenvolvimento pessoal e pelo contexto sociocultural e seus variados dispositivos (mídias, publicidade, autoridades e pessoas influentes, etc.). Atualmente, a produção e a cultura materiais da sociedade contemporânea estão associadas à circulação de bens de consumo e às significações de que são investidos. Por vários meios, mas especialmente através da comunicação e discurso publicitários, busca-se transformar objetos materiais em objetos de desejo que se inscrevam temporariamente nas cadeias psíquicas de significação do sujeito como representantes fantasísticos desse desejo originário, orientando suas escolhas e conduta através de uma lógica associativa (JUNGK, 2021).

O entrelaçamento entre essas características fundamentais traça o pano de fundo e fornece uma perspectiva abrangente na qual as relações entre natureza humana, cultura e bens de consumo se inserem. Embora a concretude material sempre se imponha ao primeiro olhar, são as teias de significados, construídas e em desenvolvimento, que formatam o comportamento humano, afetando e direcionando opiniões, atitudes e posturas face à realidade. As decisões de consumo de bens e serviços se fundamentam, essencialmente, em processos de significação e seus efeitos. Compreendendo a natureza semiótica do pensamento, da cultura e do desejo humano pode-se compreender os processos pelos quais a materialidade dos bens de consumo é investida de significação e transformada em alvo das aspirações e esforços humanos.

Por que consumimos? Cultura, significação e cultura do consumo

A cultura pode ser considerada o estágio evolutivo dos costumes, valores e tradições intelectuais, artísticos, morais, espirituais de um povo em um lugar e tempo específicos. Fruto do processo civilizatório, a cultura regula o comportamento dos indivíduos: seu modo de viver, se relacionar e trabalhar, o uso das coisas, etc. Tal amplitude conceitual da cultura, considerada um todo complexo e abrangente do desenvolvimento humano e suas realizações em sociedade, foi criticada por Geertz (1973) que defendeu uma definição mais precisa de cultura em termos interpretativos, isto é, como um sistema de significação:

O conceito de cultura que eu defendo [...] é essencialmente semiótico. Acreditando, como Max Weber, que o homem é um animal amarrado às teias de significado que ele mesmo teceu, assumo a cultura como sendo estas teias e sua análise; portanto, não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura do significado. (GEERTZ, 2008 [1973], p. 4)

Para o antropólogo (ibid., p. 9), “a cultura é pública porque o significado o é [...]”; a cultura consiste em estruturas de significado socialmente estabelecidas, nos termos das quais as pessoas fazem certas coisas”, e a preocupação de quem analisa fatos culturais devem ser as hierarquias e estruturas significantes, uma vez que o comportamento social possui sempre uma dimensão simbólica. A cultura, como sistema semiótico, é definida então como um *sistema entrelaçado de signos ou símbolos interpretáveis*. “A cultura não é um poder, algo ao qual podem ser atribuídos casualmente os acontecimentos sociais, os comportamentos, as instituições e os processos; ela é um contexto, algo dentro do qual eles podem ser descritos de forma inteligível” (ibid., p. 10).

A cultura contemporânea é fruto das revoluções Industrial (1760) e Francesa (1789) (FONTENELLE, 2017). As transformações econômicas que

impactaram a sociedade, especialmente as formas mecanizadas de manufatura, mudaram o ritmo do trabalho bem como o tempo e custo de produção das mercadorias. As transformações sociais e políticas, por sua vez, trouxeram ideários sociais diferentes, modificando a estrutura da sociedade e a noção de identidade individual. Nesse período, uma nova mentalidade começou a se formar, que foi reforçada no final do século XIX pela segunda revolução industrial, quando uma maior quantidade de mercadorias entrou em circulação e precisava ser rapidamente consumida (ibid., p. 21), levando ao que hoje se conhece como cultura do consumo. A cultura sempre funciona como a lente pela qual o mundo é visto e as ações são praticadas, e a cultura do consumo caracteriza a sociedade capitalista, tendo seu desenvolvimento se acelerado a partir do início do século XX nos EUA. O consumidor foi um ser historicamente construído (ibid.) e, nesse modelo, as formas de consumo se tornaram predominantes na formatação das práticas e identidades sociais, nos ideais e valores que estruturam a visão de mundo culturalmente instituída pelo capitalismo.

Na cultura capitalista, há um jogo entre utilidade e significado, pois bens de consumo e serviços, para além do caráter utilitário e valor comercial, possuem significado cultural, que passa a ser tão ou mais importante do que seu aspecto funcional ou utilidade prática (MCCRACKEN, 2003, p. 99). Segundo Perez (2020, p. 54), “o fundamento da teoria do consumidor pós-moderno é que ele faz escolhas não somente pelo ganho de utilidade, mas também pelo significado simbólico destas escolhas, sua capacidade de produzir efeitos de sentido por meio de mecanismos de transferência dos bens para o consumidor”. O significado e uso de objetos sempre esteve atrelado a aspectos culturais, enraizado em costumes, tradições, valores religiosos, etc. Contudo, a cultura do consumo é uma forma peculiar de atender nossas necessidades, pois a oferta material do mundo contemporâneo não se constitui simplesmente de mercadorias, mas dos significados estéticos, identitários, ideológicos, entre outros, dos quais estão fortemente imbuídas, e que são forjados pela lógica vigente com a finalidade de atender os interesses de mercado para serem igualmente consumidos, impactando os modos de vida:

Por isso, defino cultura do consumo como uma cultura impregnada da forma-mercadoria e que, por isso, tornou-se um modo de vida que foi ressignificando os usos dos objetos, assim como hábitos, valores, desejos, paixões e ilusões de uma época. De forma mais simples, poderíamos dizer que essa cultura do consumo [...] teve início quando a produção da fantasia em torno de uma mercadoria passou a ser mais importante do que a utilidade que essa mercadoria poderia ter. Ainda assim, é preciso insistir que todo produto – independentemente de ser mercadoria – é consumido simbolicamente. Mais precisamente, o que especifica a cultura do consumo é o exercício do controle sobre a determinação simbólica ou cultural desses produtos ou bens [...]. (FONTENELLE, 2017, p. 13-14)

Dessa forma, bens de consumo passam a ser o lugar (lócus) privilegiado do significado cultural na sociedade capitalista, formando-se um círculo, em que, por um lado, a produção material busca refletir e atender aos valores do consumo e, por outro, o conjunto de objetos produzido torna tangível uma cultura material contemporânea que se constitui a partir desses significados simbólicos consumíveis:

os bens são uma instância da cultura material. São uma oportunidade para a expressão do esquema categórico estabelecido pela cultura. Os bens são uma oportunidade para fazer cultura material. Como outras espécies de cultura material, eles permitem a discriminação pública, visual, de categorias culturalmente especificadas, codificando-as sob a forma de um conjunto de distinções [materiais] delas próprias. (MCCRACKEN, 2003, p. 105)

Como observa Lima (2010, p. 20), “ao operar uma modificação física em uma forma material, ele [o ser humano] sedimenta uma ideia. Um objeto é, portanto, um conceito, uma fala que se reproduz e se transforma nas transações entre os sujeitos”. Além de materializar ideias vigentes, cada objeto terá a percepção e o direcionamento de seu teor significativo pelos consumidores determinada pelas diversas formas de comunicação em que o produto será exposto e oferecido ao público.

Dinâmicas de transferência de significados

Por que desejamos consumir o que consumimos? Na cultura capitalista, a complexidade semiótica de cada mercadoria possui diferentes camadas, fruto do vigor da marca, da força da publicidade, do impacto de anúncios e promoções, do poder do merchandising, do uso por celebridades e autoridades influentes, etc., transformando cada produto ou serviço em meios, verdadeiras mídias portadoras de significados potentes, capazes de transferi-los àqueles que os usufruem. Nesse contexto, bens e serviços são consumidos porque se deseja incorporar e até corporificar na própria vida e personalidade as significações de que foram investidos. Essa transferência dos produtos para os indivíduos é realizada por diversos meios e ações sociais dedicadas à manipulação do significado cultural e, atualmente, há muita liberdade subjetiva na escolha de quais valores se quer incorporar em função do tipo de identidade social que se deseja manter ou construir:

São variadas maneiras pelos quais os bens são incorporados pelos consumidores nos distintos contextos sociais por onde se expande o capitalismo. [...] Tendo em mente uma outra concepção de sujeito social, agora entendido como um agente em dialética com o mundo e cuja identidade está em constante construção, trata-se então de interrogar os sentidos públicos e privados elaborados na relação entre sujeitos e objetos. Essas relações passam a ser percebidas como tão ricas quanto as entre sujeitos e outros sujeitos. (LIMA, 2010, p. 12)

O valor simbólico atribuído a bens e serviços se torna assim o “néctar” a ser usufruído individualmente pelo consumidor e a “seiva” a correr no contexto social. Sendo o ser humano um animal semiótico, cultural e desejante, o apelo se dá sempre através de signos, que circulam socialmente e desencadeiam os processos semióticos que despertam seu interesse e desejo. Na rede complexa de relações sociais entre sujeitos e bens de consumo, decodificar essas significações é fundamental para compreender como as mensagens impactam e influenciam o consumidor. A semiótica, como teoria dos signos e das linguagens, em suas diferentes aplicações, fornece instrumentos conceituais para ler formas de significação, possibilitando compreender a realidade signica do consumo e seus processos de transferência de significados.

Um signo é uma estrutura dinâmica de representação formada por três elementos básicos atuando em conjunto: o signo em si mesmo, ou seja, aquilo que funciona como representação e está no lugar de outra coisa, o objeto do signo, isto é, aquilo a que o signo se refere, sendo esse o segundo elemento, e o interpretante, que se constitui no efeito gerado pelo signo ao ser captado por uma mente, e se estabelece como um novo signo que pode dar continuidade ao processo semiótico. Essa tríade rege todo tipo de significação, representação e mediação, sendo a base do funcionamento de todos os fenômenos mentais e psíquicos (pensamento, imaginação, emoções, projeções, sonhos, fantasias, etc.). Tudo aquilo que nos cerca, seja concreto ou intangível materialmente, tudo aquilo que é observável, pode ser pensado como signo, pois pode ser portador de uma significação, tendo o potencial de representar e transmitir significados em cadeias contínuas.

Há diferentes definições de símbolo nas diversas teorias signicas. Na semiótica peirceana, o símbolo é um tipo específico de signo que representa seu objeto por meio de uma regra interpretativa, sendo seu significado estabelecido por costumes, hábitos, cerimônias, regras, normas, leis e outras formas convencionais utilizadas em sociedade. Além da forma convencional simbólica em que um signo pode funcionar, ele também pode se assemelhar a seu objeto por alguma característica em comum, sendo esse o seu modo icônico de funcionamento; ou ainda, ele pode indicar seu objeto através de uma conexão existencial, de proximidade no tempo e espaço, o que o classificará como um índice (PEIRCE, 1894, EP 2, p. 5). Contudo, dessas três formas, o símbolo é o modo de representação mais geral e poderá conter aspectos icônicos e indiciais funcionando em conjunto com os aspectos simbólicos.

Um símbolo pode, dessa forma, conter ou não elementos que se assemelhem àquilo que ele representa, àquilo que ele valora. Sua adoção por um indivíduo ou grupo é sempre um indicativo da crença naquilo que o símbolo representa. Tomados em conjunto, os símbolos formam uma esfera de significações em constante ebulição, que permeia a tudo e a todos e na qual eles tendem a crescer, incorporando novos significados à medida que redes mais amplas e complexas de significação vão sendo tecidas – no mundo do consumo, por exemplo, esse fenômeno pode ser observado na expansão

de uma marca para novos segmentos. Dessa forma, Peirce (1894, EP 2, p. 10) observa que os “símbolos crescem. Eles nascem do desenvolvimento de outros signos, particularmente de ícones e de signos mistos que partilham a natureza de ícones e símbolos. [...] Um símbolo, uma vez surgido, se espalha entre os povos. Com o uso e a experiência, seu significado cresce”.

Semioticamente, o significado simbólico circula e é transferido do mundo cultural aos bens e serviços de formas icônicas e indiciais, o que ocorre quando os produtos são assemelhados a determinados valores e justapostos àquilo que indica ou faz referência a esses valores. Embora esses mecanismos de semelhança e justaposição – ou contiguidade – sejam estruturas típicas da linguagem, também conhecidas como paradigma ou eixo da seleção, e sintagma ou eixo da combinação, respectivamente, “no sistema mercadológico, relações desse tipo aparecem de maneira abundante. [...] Como as palavras, as mercadorias são signos polissêmicos, associados a uma pluralidade de significados que não são inerentes à mercadoria em si, mas são gerados nas vias intrincadas do mercado” (SANTAELLA & NÖTH, 2010, p. 34-35). Mas como observa McCracken (2003, p. 105), o mundo dos bens é mais acessível e revelador do que o universo da linguagem, no sentido de que “seus signos são sempre, em certo sentido, mais motivados e menos arbitrários que os da língua”, ou seja, neles predominam formas icônicas de expressão dos significados.

Esse processo de evidenciar uma possível semelhança do símbolo – estabelecido convencionalmente – ao que ele significa, pode se dar com base em aspectos materiais existentes (qualidades, características, funções, etc.) que expressam esses significados e que o símbolo capta em sua forma de representação – por exemplo, cores, formas e materiais que constituem o produto e que o símbolo incorpora em sua representação, como por exemplo, o uso da cor dourada, que remete a ouro, para uma marca de luxo. Mas sobre esse nível mais elementar, a comunicação é utilizada para expressar aspectos imateriais de valor simbólico, tais como jovialidade, tradição, inovação, engajamento, confiabilidade, masculinidade, feminilidade, glamour, prestígio, status, etc., utilizando para isso tudo aquilo que em sociedade faz referência ao valor que se quer transmitir – por exemplo, utilização de crianças para transmitir alegria, de jovens para transmitir esperança, etc. –, buscando uma condensação desses significados que vão sendo incorporados pelo símbolo. Ao contato de um símbolo, todo um conjunto de ideias e valores vem à mente, e pode-se ter uma noção de quão diferentes são esses conjuntos ao se pensar em marcas como Volkswagen, Porsche e Mercedes-Benz, todas relacionadas a um mesmo tipo de produto, mas com diferentes cargas simbólicas.

Por outro lado, Santaella e Nöth (2010, p. 82) observam que, “em vez de mostrar as estruturas positivas do produto iconicamente, que é frequentemente impossível, o produto é representado em contiguidade com objetos valiosos, estrelas de cinema e entidades similares, cujos atributos desejáveis são bem conhecidos”. Isso significa que semelhanças também podem ser construídas (ibid., p. 147-148) pela apresentação conjunta dos

produtos a pessoas, contextos ou outros bens e serviços que sejam portadores dos valores que se lhes quer agregar. Essa justaposição aciona um movimento de deslocamento dos significados, que vão de uns em direção a outros, pela conexão e proximidade no tempo e espaço – contiguidade – com que são apresentados, promovendo um aumento simbólico, produto da incorporação destes valores pelo símbolo e de sua fusão na mente do consumidor. Por esse movimento indexical e sua reiteração na publicidade, o produto ou marca passa a ser “sinônimo” de determinados valores.

Sendo universais, esses processos tanto ocorrem na transferência de valores simbólicos da cultura para os bens e serviços, quanto destes para os consumidores. E possuir e usufruir o produto ou serviço será uma das formas privilegiadas pelo consumidor de incorporar esses valores – por exemplo, ao utilizar um produto classificado como glamoroso, quem o faz se encontra conectado no tempo e no espaço a esse produto, será visto com ele e, portanto, vai incorporar perante o contexto social os valores dos quais ele foi investido. Foi essa a qualidade móvel do significado apontada nas principais abordagens dedicadas ao caráter simbólico das atividades e bens de consumo:

este significado está constantemente em trânsito. O significado está ininterruptamente fluindo das e em direção às suas diversas localizações no mundo social, com ajuda de esforços individuais e coletivos de designers, produtores, publicitários e consumidores. Há uma trajetória tradicional ao movimento deste significado. Usualmente, ela parte de um mundo culturalmente construído e se transfere para o bem de consumo. Em seguida, este significado se afasta do objeto e se transfere para o consumidor individual. (MCCRACKEN, 2003 [1988], p. 99)

Todas as formas de comunicação social, entre elas a publicidade, a moda e a produção audiovisual em diversas mídias, tais como filmes e telenovelas (PEREZ, 2020, p. 59), são instrumentos de transferência privilegiados de valor simbólico do mundo culturalmente constituído para serviços e bens de consumo. Os valores simbólicos a serem atribuídos são escolhidos em função de características, necessidades e tendências próprias de cada época. Como os significados nascem, se modificam e morrem constantemente, uma esfera de representações é criada pela publicidade a fim de sustentar essas significações ao longo do tempo. A publicidade bem sucedida faz uma fusão entre valores simbólicos e os produtos e serviços que anuncia.

Estratégias de atribuição de valor: provocando o desejo

Para compreender as significações atreladas aos bens de consumo e seu funcionamento na mente do consumidor, há que se compreender a lógica do funcionamento dos signos, como surtem seus efeitos e como despertam o interesse e o desejo de satisfazer certas necessidades de maneiras específicas.

O dinamismo dos processos de significação, no universo do consumo e fora dele, reside na forma de seu desenvolvimento, pois o signo possui autonomia na geração de interpretantes, que é chamada de semiose ou ação do signo, sendo essa a sua característica fundamental e mais potente. Essa ação consiste em gerar um novo signo na mente que captou o signo inicial, chamado signo interpretante, e que faz referência ao mesmo objeto, porém de uma nova forma. Em outras palavras, a força de um signo está em sua capacidade de produzir sentido para aquele que o capta através da geração de um interpretante, que é um efeito do signo e se constitui, ele mesmo, em um novo signo que faz avançar o processo de semiose.

Embora uma interpretação particular de um intérprete específico possa ser considerada um desses efeitos gerados pelo signo, o movimento da semiose é dinâmico, e independe da ação ou vontade da mente na qual gera seus efeitos, podendo se estender em cadeias potencialmente infinitas. Essa abordagem semiótica de Peirce vai além das concepções mais conhecidas de intérprete e interpretação, que priorizam o papel da mente na qual o processo de semiose se desenvolve. Em função das propriedades do signo e seu potencial interpretativo, à medida que a semiose avança, novos signos mais desenvolvidos ou até menos desenvolvidos que os anteriores podem ser de fato gerados, mostrando quando o significado foi apropriadamente transmitido pelo signo ou não. Nesse movimento, cada tipo de signo carrega tendências interpretativas que o levam a produzir especialmente determinados tipos de interpretantes no curso do tempo.

A dinâmica interpretativa pode se dar em três níveis: emocional, energético ou de ação, e lógico ou cognitivo (SANTAELLA, 2000, p. 78 e ss). Um interpretante emocional é o primeiro efeito possível de um signo, sendo o sentimento por ele provocado, o modo como o signo nos afeta. Muitas vezes, funciona como um sentimento de reconhecimento, interpretado como prova de que se compreendeu o efeito específico que o signo teve sendo, às vezes, o único efeito gerado pelo signo. Todos os signos produzem esse tipo de sentimento pois se trata do nível mais básico do processo interpretante, embora possa passar despercebido quando outras formas interpretantes se tornam proeminentes. Os interpretantes energéticos são efeitos do signo que envolvem sempre algum tipo de ação ou esforço, que pode ser físico, muscular, mas é geralmente um exercer do mundo interior, um esforço mental para decifrar e compreender o signo. De qualquer forma, esse tipo de efeito se constitui sempre em um ato singular, podendo ser também uma reação física voluntária ou involuntária ao contato do signo. Os interpretantes lógicos possuem natureza intelectual, sendo fruto do pensamento racional e lógico, como derradeiro modo de produção de interpretantes na dinâmica interpretativa. Se constituem em uma abordagem cognitiva acerca do objeto. Os interpretantes lógicos são capazes de ampliar os esquemas interpretativos a cada novo aspecto do objeto que for conhecido e representado pelo signo, pois os signos possuem a tendência de revelar seu objeto no curso do tempo.

O tipo de interpretante a ser gerado está ligado às três formas como o signo representa seu objeto ou três pontos de vista semióticos (SANTAELLA, 2004, p. 69 e ss.). Os aspectos qualitativos icônicos do signo tenderão a gerar interpretantes emocionais; os aspectos singulares indicativos – indiciais –, ao apontar para aspectos existenciais do objeto, tenderão a gerar interpretantes energéticos; e os aspectos convencionais simbólicos tenderão a gerar interpretantes lógicos a respeito do objeto. Através dos processos de geração de interpretantes, os signos influenciam a subjetividade, se entrelaçando a suas cadeias de desejo, através de estratégias que podem ser de *sugestão, sedução e persuasão*, atreladas a esses três níveis, respectivamente:

à luz do pensamento triádico de Pierce, podemos enxergar que, entre a polaridade da razão e da emoção, está instalado o complexo enigmático do desejo, o grande operador da sedução. [...] Enquanto a sedução habita a incerteza das figuras do possível e persuasão caminha pelos trilhos do argumento, a sedução fala por meio da corporeidade, da captura do receptor nas malhas do desejo. [...] Enquanto a sugestão aciona a capacidade de sentir, a persuasão agrada ao pensamento, e a sedução cativa a sensorialidade dos sentidos. (SANTAELLA & NÖTH, 2010, p. 95)

As estratégias sígnicas do discurso publicitário visam direcionar o desejo subjetivo para objetos de consumo específicos, influenciando as percepções, ações e escolhas do consumidor. Tais estratégias são multifacetadas e vão dos aspectos qualitativos emocionais, passam pela orientação da ação, do desejo e do comportamento, e constroem os argumentos que orientam o raciocínio e convencem o pensamento.

Nas estratégias de sugestão, a forma qualitativa icônica de representação é privilegiada. Nesse modo vago e indefinido, evidenciam-se as características do objeto que são responsáveis pela primeira impressão provocada em quem o percebe (cores, formas, texturas, etc.), sem fazer referências explícitas. Através de qualidades concretas, provocam-se associações sugestivas com qualidades abstratas. Tais elementos qualitativos icônicos tendem a despertar modos de afeto, desencadeando interpretantes emocionais. O campo da sugestão é assim aquele das qualidades de sentimento, um campo aberto de possibilidades de significações sutis, hipotéticas. Suposições, sentidos implícitos e conjecturas imaginárias ativam a sensibilidade com relação a determinados elementos. As estratégias de sugestão operam através de imagens, relações entre texto e imagem e outras formas de alusão que se entrelaçam ao desejo subjetivo por meio de semelhanças construídas (ibid., p. 94).

Um exemplo de campanha publicitária que privilegiou a estratégia de sugestão através do modo qualitativo de apresentação, foi a criada em parceria com a agência David para a Westwing em 2021, “*Viva um mundo mais bonito*”, um clipe-commerce com 90 segundos de duração estrelado por Vanessa da Mata (CONTADO, 2021, online). No filme, que teve direção de cena de Fred Ouro Preto, da produtora Café Royal, mais de 400 itens disponíveis para a venda na plataforma da Westwing Club aparecem e flutuam enquanto a cantora

então a música assinada pela MugShot, criada exclusivamente para mostrar a diversidade de produtos vendidos pela loja: “Manta, Mantiqueira, Penteadeira/ Puff, Poltrona e Peneira, Porta-copo”, ao passo que o refrão convida: “Deixa a beleza te encontrar aqui”. Por meio desses aspectos predominantemente icônicos, os produtos são dessa forma associados à música e aos ambientes elegantes, além de à ideia de beleza em si. Uma campanha sempre conta com elementos estratégicos dos três diferentes tipos, contudo, este é um bom exemplo de como o consumidor pode ser encantado pelo poder sugestivo dos signos icônicos.

A atração sedutora das mensagens publicitárias vem das promessas obscuras de satisfazer os desejos que motivam a compra (SANTAELLA & NÖTH, 2010, p. 95). Pode-se observar que o aspecto singular indicativo de representação, que aponta para aspectos existenciais do objeto através de associações por contiguidade no tempo e espaço, é propício a esse tipo de estratégia que, muitas vezes, busca mostrar efeitos da utilização do produto em termos de funções, desempenho e performance. A sedução instala-se no terreno do sensorio, da corporeidade, podendo fazê-lo através da estética do próprio produto, da embalagem ou da publicidade que apela aos sentidos e na qual o desejo se inebria. A sedução opera nesse campo sensorial, despertando disposições para a ação e para comportamentos específicos através de elementos indiciais, que podem ser responsáveis por representar atributos específicos e utilitários, bem como indicações de origem, a quem se dirige, o contexto a que pertence e no qual será utilizado ou como será consumido. As estratégias da sedução podem se valer de indícios do prazer sentido, marcas da satisfação obtida, recompensas alcançadas, além de complementaridades, correlações e oposições entre as incitações que se faz sobre o produto ou serviço. Campo dos convites e ordenamento a condutas determinadas que ocorrem no âmbito da corporeidade e sensorialidade, em ambientações (locais, cenários, situações) que seduzem e capturam o consumidor, as estratégias sedutoras tenderão a gerar interpelantes energéticos, pelo quais o consumidor é incitado a determinadas ações e comportamentos.

Em 2016, o ASA (Advertising Standards Authority), órgão regulador dos anúncios publicitários no Reino Unido, proibiu a Audi de veicular uma propaganda do superesportivo R8 (GLOBO, 2016, online), na qual ele estaria sendo conduzido de forma não segura a uma velocidade acima do limite permitido. Na descrição resumida do vídeo, pode-se observar os aspectos indiciais que incitam à alta velocidade e seduzem os sentidos e corporeidade do consumidor:

É dada a partida no motor e a pupila do motorista dilata imediatamente. O carro acelera e a pupila contrai quando a segunda marcha é engatada. O ronco do motor aumenta de novo e a pupila volta a expandir. O reflexo dos olhos mostra as luzes que margeiam a pista e indicam as curvas e as retas de aceleração, quando o ronco aumenta de novo. (GLOBO, 2016, online)

Segundo o ASA, para os espectadores, a dilatação da pupila seria consequência da performance do automóvel, ao passo que a velocidade com que as luzes refletidas passam pelo carro exaltaria a condução em altas velocidades. Embora a Audi tenha contestado essas alegações, defendendo transmitir entusiasmo, concentração e foco do motorista, e não velocidade, o filme publicitário não está mais disponível na internet. Em termos semióticos, essa polêmica mostra a força sedutora que os signos podem exercer através de formas singulares e indicativas de incitação dos sentidos e do desejo.

A persuasão do intelecto apela ao raciocínio, à retórica e, no universo do discurso publicitário, a informação brevemente veiculada não visa simplesmente informar, mas informar para convencer (SANTAELLA & NÖTH, 2010, p. 96). Este terceiro nível estratégico visa levar o consumidor a apreender o bem, produto ou serviço em seus aspectos cognitivos, necessários para a construção de argumentos. Daí a informação estar em sua base, contudo, tais estratégias poderão se valer também de informações mais ou menos verdadeiras, ou com aparência de verdade – falácias – para fundamentar seus raciocínios e conclusões. A persuasão se fundamenta em aspectos convencionais e simbólicos que tenderão a gerar interpretantes lógicos a respeito dos objetos de consumo anunciados. O próprio caráter representativo do fenômeno de consumo, os padrões de design, a classe de gostos e expectativas que atende, os valores culturais que carrega, o status cultural do qual é dotado, o tipo de público e nicho de mercado a que se destina, os significados de que é portador, e como tudo isso é construído e representado em categorias e modelos socialmente aceitos são elementos proeminentes no modo persuasivo de discurso. Dada a generalidade desses aspectos, as estratégias de persuasão ou convencimento se atrelam aos modos sugestivos e sedutores das mensagens publicitárias, tecendo complexas malhas de significação, em que um modo complementa os outros. Assim, o convencimento “se nutre da sedução, assim como esta germina e floresce nos jogos da sugestão” (ibid.).

Luciano Huck, em 2018, estreou como garoto-propaganda da corretora de valores XP Investimentos em um comercial em que participa de uma breve entrevista. A ação, assinada pela Grey Brasil, visou levar a XP Investimentos à TV aberta para falar com um público mais amplo. Desde sua criação em 2012, a XP mudou a maneira como as empresas de investimentos atuam e, de acordo com a agência e a marca, o apresentador foi escolhido por ter um perfil empreendedor, inovador e por ter uma imagem de agente de transformação (INFOMONEY, 2018, online). No filme, Huck argumenta de forma didática sobre os motivos que o levaram a aderir à marca e porque o brasileiro deve investir e confiar suas finanças à corretora de valores ao invés de ao banco tradicional, afirmando que, “se você experimentar a XP hoje, eu garanto que você não volta atrás”.

O principal valor simbólico que essa propaganda busca transmitir é a segurança dos serviços oferecidos. Ao propor uma mudança na forma tradicional de investir, é necessário mostrar ao consumidor que ele confiará

seu patrimônio a especialistas e que estará livre de incertezas. Contudo, sabe-se que essa segurança não pode ser de fato oferecida, pois nenhuma instituição financeira garante investimentos livres de riscos. A própria afirmação nada garante além de que o cliente “não voltará atrás”. O site, após noticiar a campanha, utiliza um disclaimer – meio utilizado em páginas web para fazer a ressalvas ao que está sendo anunciado –, com base no Código Anbima (de regulação e melhores práticas para atividade de distribuição de produtos de investimento no varejo), de que não há responsabilidade legal sobre eventuais prejuízos que as informações veiculadas possam causar (ibid.). Ainda assim, o consumidor-investidor escolherá a instituição financeira que, por diferentes vias, o convença em termos racionais, apresentando possibilidades de ganho e vantagens oferecidas, e que igualmente “o seduza”, transmitindo-lhe segurança e confiança. Dessa forma, na campanha, argumentos lógicos são atrelados aos valores que a imagem pública do apresentador transmite, unindo aspectos persuasivos a elementos sedutores e sugestivos, acionando emoção, ação e pensamento, impulsionando a semiose desejante.

Circulação de significados e o impacto do consumidor

À guisa de reflexão final, não se pode ignorar os efeitos deletérios da cultura do consumo e as diversas críticas que foram feitas a eles (ver PEREZ, 2020). No entanto, o valor simbólico que envolve produtos e serviços não é estático; ele se desloca e transforma constantemente ao longo do tempo, em função do contexto e das novas práticas e necessidades que vão surgindo. A carga simbólica passa da cultura para os bens de consumo, destes para os consumidores, que por sua vez são capazes de produzir novos significados, pois a forma como os indivíduos lidam com seus bens e os utilizam é capaz de lhe atribuir novas significações. Como observa Lima (2010, p. 11), “os sujeitos sociais são agentes de sua prática e não apenas reprodutores da estrutura de significados pré-dada por sua cultura”. Isso realimenta a dinâmica da circulação e transferência de significados entre o mundo culturalmente constituído, os bens e os indivíduos:

Em todas as sociedades, podemos dizer que as coisas, trocadas no interior de um amplo sistema de circulação de objetos, ideias e pessoas [...] transmitem mensagens fundamentais à participação dos sujeitos na vida social. Ao mesmo tempo, os objetos, ideias e pessoas trocados estabelecem e mantêm as relações sociais. As escolhas materiais envolvem julgamentos feitos em termos de valores elaborados na cultura e, por isso, seus usos podem constituir cercas ou estabelecer pontes entre as pessoas, em todas as sociedades. (LIMA, 2010, p. 22)

Nesse sentido, significados também se esgotam, também são descartados e dão lugar a novos signos e relações que se propagam dentro dos grupos sociais ao qual o indivíduo pertence, muitas vezes sendo captados

por pesquisas de variados tipos. Concomitantemente, com o desenvolvimento avançado das tecnologias informacionais, novos hábitos e rituais de consumo são registrados formando bases de dados que serão utilizadas para propor novos produtos e novas formas de anunciá-los e disponibilizá-los ao público. Neste cenário, vale refletir nesse espaço possível para mudanças de valores, que não reflitam apenas os desejos instigados pela lógica vigente, mas que expressem a capacidade dos sujeitos, como agentes sociais que são, de desejar um mundo em que valores genuinamente humanos possam vicejar e ser incorporados à materialidade dos bens.

Referências

- ARENDDT, Hannah. *A condição humana*. Roberto Raposo, tradutor, posfácio de Celso Lafer. 10ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007 [1958].
- AUTOESPORTE, Redação. Reino Unido veta propaganda do Audi R8 por exaltar a velocidade. *Globo Autoesporte*, 17/08/2016. Disponível em: <<https://autoesporte.globo.com/carros/noticia/2016/08/para-1708-reino-unido-veta-propaganda-do-audi-r8-por-exaltar-velocidade.ghtml>>. Último acesso 27/02/2023.
- CESAROTTO, Oscar Angel. O eu é o sintoma humano por excelência. *Ideias de Lacan*. Oscar A. Cesarotto (org.). São Paulo: Editora Iluminuras, 1995.
- CONTA DO, Valeria. Westwing leva e-commerce para clipe da Vanessa da Mata. *Meio & Mensagem*, 02/08/2021. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/comunicacao/westwing-leva-e-commerce-para-clipe-da-vanessa-da-mata>>. Último acesso 27/02/2023.
- FONTENELLE, Isleide A. *Cultura do consumo: fundamentos e formas contemporâneas*. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2017.
- GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. 1ª ed., 13ª reimpr. Rio de Janeiro: LTC, 2008 [1973].
- GLASSIE, Henry H. *Material Culture*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press, 1999.
- INFOMONEY, Equipe. Luciano Huck: “Eu vim pra XP porque hoje eu sei que é o melhor jeito de investir”. *InfoMoney*, 17/09/2018. Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/patrocinados/xp-investimentos/luciano-huck-eu-vim-pra-xp-porque-hoje-eu-sei-que-e-o-melhor-jeito-de-investir/>>. Último acesso 27/02/2023.
- HOUAISS, Antônio. *Dicionário Eletrônico Houaiss da Língua Portuguesa*. São Paulo: Editora Objetiva, 2000.
- JUNGK, Isabel. O desejo e o sentido nas cadeias associativas do sujeito do inconsciente. *Eikon Journal on Semiotics and Visual Culture*, v. 6, p. 17-24, 2019. Disponível em: <<http://ojs.labcom-ifp.ubi.pt/index.php/eikon/article/view/641/537>>. Último acesso 27/02/2023.
- JUNGK, Isabel. Signos do consumo e a insatisfação do sujeito. *Signos do Consumo*, v. 13, p. 1-13, 2021. Disponível em: <<https://doi.org/10.11606/issn.1984-5057.v13i2e186905>>. Último acesso 27/02/2023.
- LIMA, Diana Nogueira de Oliveira. *Consumo: Uma perspectiva antropológica*. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2010.
- MCCRAKEN, Grant. *Cultura & consumo*. Trad. Fernanda Eugenio. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003.
- PEIRCE, Charles S. *The Essential Peirce: Selected Philosophical Writings*. Vol. 1, Nathan Houser and Christian Kloesel (Eds.), 1992. Vol. 2, The Peirce Edition Project (Ed.), 1998. Bloomington: Indiana University Press. (Citado como EP seguido do nº do volume).
- PEREZ, Clotilde. *Há limites para o consumo?* São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2020.
- PEREZ, Clotilde. *Signos da Marca: Expressividade e sensorialidade*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

SANTAELLA, Lucia. *Semiótica Aplicada*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

SANTAELLA, Lucia. *A teoria geral dos signos*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2000.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. *Estratégias semióticas da publicidade*. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

6. Bem-estar no desejo, Mal-estar no ressentimento

Em 2020, a morte invadiu nossa vida com a pandemia de COVID-19. Ela veio como uma denúncia ao nosso modo de acontecer contemporâneo e poderia, enquanto ruptura do fluxo inercial da vida, ter gerado reparações deste processo. Mas ela acabou por se mostrar uma restauração da ordem anterior: uma cultura que vai deteriorando as organizações características da Modernidade (riscos à democracia e aos direitos humanos) e diversos modos de coexistência.

Parece mesmo que nosso individualismo foi exacerbado. No início da pandemia, houve momentos e ambientes nos quais parecíamos estar sendo mais solidários, coletivos e preocupados, tanto com não nos contaminar, quanto com não contaminar os outros. Mas, com o tempo, muitos recuaram para a defesa de si e dos seus. Quando saímos do isolamento físico, percebemos que muitos desaprenderam a conviver e se desumanizaram.

Tendo nos confrontado com a morte, reagimos à experiência traumática fomentando um universo estrutural, onde parece que a temporalidade não existe e *cronos* fica preso na duração eterna que se pretende “preservada da morte”. Desta forma, esquecemos da nossa natureza corpórea, que vai ao encontro de outros corpos buscando composições, modificações, acontecimento e sem lembrar que a mente, fonte da ideia de imortalidade, também está sujeita aos efeitos do tempo, decadência e extinção.

Como formular um bem-estar na cultura, hoje? Certamente, ela nos promete realizações através de tecnologias do acesso ao autocontrole, a artifícios anti-aging, à felicidade. Tudo isto, sobretudo, através do acesso ao consumo.

Neste capítulo, vamos trabalhar a ideia de bem-estar na cultura partindo de uma série de interrogações e provocações sobre modos de ser que têm predominado na atualidade. Eles nos distanciam do encontro com o outro e com nossos próprios desejos, numa experiência mais reativa que ativa, criadora e espontânea. Em seguida, faremos uma reflexão sobre o consumo como promessa de bem-estar. A seguir, retomaremos a discussão de Freud sobre a culpa em *O mal-estar na civilização*, tal como ele analisou nos anos 30 do século 20. A partir dali, atualizaremos a reflexão de Freud propondo que o ressentimento tenha ocupado hoje, em boa medida, o lugar da culpa como fonte de mal-estar. Por fim, trataremos a direção de um bem-estar humano possível na experiência do desejo e da afirmação da vida. Em nossa reflexão autoral, recorreremos aos psicanalistas Freud, Kehl e Birman; e aos filósofos como Spinoza, Nietzsche, Deleuze e Guattari.

Provocações

Criar mundos, modos, tempos e espaços, realidades; parece que estas possibilidades se tornaram ficção científica; mas tudo isto é condição para a existência das diferenças que nos tornam humanos, quando podemos habitar mais o tempo de acontecimento, assim estando em fluxo na presença do presente.

Podemos perceber que o homem, em sua dominação histórica, produz uma atuação, uma potência diminuída pelo ressentimento, na qual o tempo ficou objetificado como uma extensão computável. Isto produz a própria extinção da vida de relação de corpos, encontros e consciência viva através de uma cultura que mostra repugnância às diferenças múltiplas de nós seres humanos. Ficamos no limiar de colapsos psicóticos frente ao excesso da inserção da inteligência artificial que está sendo usada.

Nos últimos anos, as frentes políticas se mostram máquinas. Como qualificá-las? Estruturantes, racistas, machistas, homofóbicas, inflexíveis, fascistas, xenofóbicas, psicopáticas, ignorantes, limitantes, violentas. Elas nos desumanizam com a inserção da conexão digital na conjunção corpórea, instaurando um tempo no qual não é possível digerir e enlutar, que estimula o apagamento cultural da consciência sobre a transitoriedade. Isto nos leva a uma perda de conexão entre corpo e mente. O investimento de tempo no valor econômico simula a eternidade e fomenta um futuro ressentido que nos tira a temporalidade; a possibilidade do tempo de luto e criação. O fascínio da extinção que o poder nos propõe- assim como o tempo consumido pela aceleração tecnológica na vida- traz o impulso niilista que eclode na política e resiste a que nos tornemos de fato humanos. O ressentimento é a marca maior desse modo de ser e será um dos temas centrais deste trabalho.

A psicanálise reverteu o sentido do termo sujeito, clássico na filosofia moderna: ao invés de tomar sujeito como fundamento metafísico- aquilo que subjaz, como estabeleceu o pensamento cartesiano- para a psicanálise o sujeito não está dado desde o início da vida, ele se constitui (ou não) em processos complexos de relação, afeto e ganho progressivo de uma autonomia nunca completa. Seres de relação com o outro, as fronteiras de si são constituídas nos encontros, desencontros, perdas e lutos. O sujeito é o resultado de uma apropriação progressiva, do tornar próprio os impactos e marcas da alteridade.

Neste trabalho, chamaremos a este processo: humanização. Denominaremos inumano aquele que está em um sistema rudimentar, apegado na dependência em busca da sobrevivência; uma potência que ainda não se efetua, mas sim se apoia no poder do ideal, onde o mundo gira em torno de uma realidade construída por um outro. E, em contrapartida, desumanizar significa objetificar uma experiência sem afeto. Assim, no desumano, não se trata do sujeito que subjaz ou do que advém de um processo de subjetivação; mas daquele sujeito sujeitoado, privado de afeto, alienado de si, sistema fixo que mantém a rede ressentida, apegada e sem movimento. Nosso ambiente atual nos desumaniza.

O humano está aqui implicado enquanto sujeito desejante, não por ser dono de seu desejo como sujeito gramatical (causa ou fonte do desejo), mas por mergulhar nele e encontrar caminhos para seu fluxo. A partir daí, podemos criar mais: criar inúmeras formas de composição e coexistência com as diferenças; assim criando corpos, realidades.

Por quê a inveja impera onde há tanta possibilidade de criação, invenção, expansão, onde há espaço para todas as singularidades? Qual é o desamparo em nós? Por que tanto ressentimento? Não aceitamos que sem o outro humano não somos nada, nem existiríamos? Por quê investimos em corpos esvaziados em lugar do corpo sem órgãos (conceito trazido por Deleuze e Guatarri, que abordaremos adiante)?

Ser coletivo não é algo dado, mas algo que está por vir e criar. Há a necessidade de o sujeito emergir como um fluxo que modifica o modo das coisas. Assim, ele pode fazer mais conexões com a imprevisibilidade de novos saberes, trazendo novas conjunturas e elaborações políticas e humanas, com intensidade, vontade, entrega, paixão, com a força de afetação. Quem sabe desta forma se transformem as relações sociais como composição, mais do que como competição. Necessitamos de formas diferentes de nos relacionar, para assim encontrarmos sentido para criar. Só descobrimos nas diferenças o quanto podemos inventar, expandir, compor, amar, criar, durar. Afinal, somos seres relacionais, políticos, auto-insuficientes; distantes do sonho narcísico de não depender de ninguém, ou termos alguém de dependendo de nós.

A criação nasce no amor, amor esse que traz desejo de ampliar o ser e não o ter para ocupar um lugar com direitos, culpas e deveres, territorializando o fluxo. Na demanda (posse, objetificação do outro), esvazia-se o desejo. Quanto menos nos atrelamos em modos fixos de existência, mais temos a capacidade de nos humanizarmos. O que seria humanizar? Trazemos esse termo no sentido de capacidade de amar.

O desumano se crê demasiado imortal, ele constrói uma política apoiada no poder e ainda não aceitou que é humano. Ele ainda pensa que a sua função no planeta é produzir mais ideais, evitando fluxos de desejos e gerando menos composições, em direção à reprodução apenas dos mesmos valores.

Por que, ao nascermos, já somos inseridos numa competição, como se alguém fosse chegar a um lugar diferente da morte? Ou então, como se nos faltasse algo estrutural? Castração não é uma falha, mas sim abertura: discriminar e poder efetuar o desejo. Mas vivemos ou na escassez ou no excesso do que chamamos desejo. Desta forma, fica difícil criar sulcos de experiências que gerem duração, criação, história e amor. O desejo é criação, movimento, escolha, construção. Precisa-se assim de tempo para criar espaço, habitar um corpo e uma vida em relação com o outro. Quando corpo e mente se encontram e os tempos se compõem em ritmo e sintonia, há criação.

Assim, quando territorializamos ou estratificamos os afetos, presença e ausência não se diferenciam mais. Portanto, as máquinas trabalham; não há tempo, não há presença. O acontecimento fica congelado na alta produtividade do camelo, homo sapiens, que vai se tornando um programa tecnológico. Esse programa reduz o sapiens ao tecno. Assim, ao invés da alma inventar outros modos de relação, ela se repete na tentativa de cada inumano reproduzir mais desumanos.

Estamos cansados de buscar a restauração desse modo tão desamoroso. Precisamos reparar o quanto estamos perdendo a oportunidade de criar e viver em diversos mundos vivos, em movimento, com mais castração, apesar do nome horroroso (conceito do Freud ao qual retornaremos adiante). Ela não traz mutilação, como parece indicar, mas sim abertura para o desejo.

Castrar é poder criar marca no conteúdo a ser afetado, escolhido, investido. Desse modo, a castração nos disponibiliza para a vida. Afinal, o movimento em si é a condição da experimentação. A pandemia e a guerra que ainda vivemos são o fruto do ideal de poucos que acham que o poder pode tudo. Podemos, por outro lado, procurar não nos fecharmos em territórios (identidades rígidas) e não nos contaminarmos pelo ressentimento. Identidades rígidas cindem, obstruem os fluxos e as possibilidades do devir. Assim, quando identidades podem se compor, decompor e se disponibilizar para se recompor, elas podem criar outros fluxos, quem sabe mais voltados à potência de criação e tomando consciência de que somos coletivos. Não sobrevivemos sozinhos e cabe a cada singularidade poder renunciar, castrar o ideal: a crença estática, severa, de que individualmente nos bastamos.

Consumo

Se nos vestirmos com uma capa de ironia, podemos dizer que o bem-estar na cultura foi finalmente atingido, conforme nos promete uma cultura do consumo. Tudo tem se tornado uma imagem de consumo, que se apresenta como estímulos para investir num movimento para que mais possuamos do que sentimos.

Consumir significa incluir, usar, gastar. Todo ser vivo consome: oxigênio, água, alimento. Consumir não é algo inventado pela cultura, mas abordar o humano da perspectiva do consumidor é. Cada perspectiva configura um modo de ser, uma realidade que pode se pretender única. O consumidor é alguém criado no ambiente moderno, dentro de um modelo político de produção.

Da perspectiva filosófica, uma vez mais evocamos o pensamento de Descartes, para quem tudo o que existe fisicamente teria sido tomado como objeto sem alma (desanimado), objeto de estudo e manipulação, disponível para o consumo humano. Isto vale para recursos do meio ambiente, animais não humanos, o corpo humano e mesmo humanos aos quais se possa desumanizar e reduzir ao estatuto de escravo. Para Descartes (ver *Meditações Metafísicas* ou *O discurso do método*), somente o Homem possuiria uma dimensão metafísica

sobre o mundo físico: coisa pensante (*res cogitans*); sua alma, livre e soberana por comungar da substância de Deus. Mas o caminhar da Modernidade levou o processo adiante e retirou também do Homem este privilégio. (ver, por exemplo, *O mito da liberdade*, de B. F. Skinner). O homem é desumanizado e também reduzido a uma funcionalidade: objeto de intervenção técnica ou, mais especificamente neste contexto, consumidor; peça essencial inventada pela roda produtiva e imprescindível para seu funcionamento. Para tal funcionalidade, ele deve ser levado a crer que é livre e a própria finalidade do processo. Feliz em seu trabalho de Sisifo, eternamente a manter o ciclo da obsolescência programada e renovação de seus bens e serviços.

Há um casamento perverso entre a insaciabilidade por novos objetos de consumo necessária ao mercado- do capitalismo ao neoliberalismo- e a insaciabilidade do desejo, no modo freudiano de concebê-lo.

Em Freud, a insaciabilidade é fundada na figura de dupla face da relação do objeto e da pulsão. Da perspectiva do objeto, há sempre uma falta que é causa do desejo. Apegamo-nos a um objeto original de desejo representado pela figura que exerceu a função de maternagem; ao longo do complexo de Édipo, damos conta da perda ou efetiva inexistência daquele objeto e nos pomos a buscar encontros que seriam reencontros com a experiência de satisfação original. Nos encontros contingentes com objetos de desejo, lançamo-nos a eles. O desejo permanece preso até sua realização ou indefinidamente, caso ela não seja encontrada. Mas tragédia maior se dá na realização do desejo; após sua satisfação, impõe-se o fato: objeto algum é capaz de obturar a falta, como aliás, o objeto original tampouco o fora. Novos objetos estabelecerão novas ilusões, que nos fazem o bem de nos colocarem em movimento e encontrar realizações ao longo da vida. Mas nossa condição de falta será sempre e tragicamente reencontrada.

Este caminho freudiano foi desenvolvido de forma ampla e precisa pelo lacanismo. Mas há outro caminho freudiano, muitas vezes ignorado, para se pensar o desejo. A contrapartida do caminho do desejo relativo à falta de objeto é a perspectiva dos excessos pulsionais. A falta do objeto é correlata ao excesso da pulsão. O corpo pulsa. O bebê é denominado por Freud dramaticamente como um perverso-polimorfo, o que significa que, antes de qualquer organização psíquica (narcisismo, fase de desenvolvimento da libido) há uma potência pulsional que tem o corpo todo como fonte. Cada parte é fonte e sente. Laplanche leva o pensamento de Freud ao extremo ao identificar esta pulsionalidade original, ainda sem objeto, como traumática (ver, por exemplo, *Vida e morte em psicanálise*). Isto se dá quando a excitação excede em muito os recursos para se lidar com ela. Imagine-se a situação do bebê, ainda sem qualquer repertório de memória para absorver as experiências que se dão a cada primeira vez. Nas palavras de Freud, o Id (o isso) é uma impessoalidade que nos move. Há aqui um caminho radicalmente diferente para se compreender o desejo como uma positividade distinta do registro da falta. Desejo aqui parte é potência traumatizante, excessiva, em busca de objetos, relações, vias de descarga, expressão, simbolizações, criação.

Na perspectiva radical de Freud sobre a pulsão sexual, não há objetos naturais para aquela potência e é isto que a diferencia dos instintos. Em havendo tão somente encontros contingentes com objetos com que nos relacionamos, não há como falar sobre objetos falsos para nosso desejo.

Se retomarmos agora a relação entre o desejo e o consumo, podemos compreender o que chamamos acima de casamento perverso. O modo produtivo moderno sabe oferecer promessas inesgotáveis de felicidade e prazer. Pelo que vimos acima, não se pode dizer que o consumo ofereça falsos objetos para nosso desejo ou crie falsas necessidades. Mas, ao sermos vistos como consumidores, somos quase inevitavelmente apassivados no modo da falta e das reposições repetitivas de experiências de consumo. A questão não está na legitimidade dos objetos de consumo, mas na captura e redução do desejo no circuito do consumo. Numa passagem antológica do filme *Clube da luta* (David Fincher, 1999), o protagonista diz: “antes, liamos pornografia, agora lemos catálogos de loja”. Há autores que investem na possibilidade de se tornar sujeito através da criação de um estilo próprio, mesmo dentro desta grande loja de departamento em que se tornou o mundo (ver *Santi, Desejo e adição nas relações de consumo*). Mas ter como modo de ser a moda de ter, determinada pela entidade abstrata chamada ‘Mercado’, parece um caminho seguro para a desumanização.

O bem-estar na cultura assim construído é a narcose narcísica da aceleração da aquisição de prazer: modo de relação aditiva para com os objetos, que costuma levar ao tédio e à depressão.

Se quisermos falar em bem-estar na cultura sem a capa de ironia que vestimos acima, o caminho será falar de outra forma sobre desejo, criação e relação.

O mal-estar de ontem e de hoje

Freud criou uma expressão icônica ao denominar sua mais importante obra de psicanálise e cultura como *O Mal-estar na civilização*, em 1930. O prefixo “mal-estar” integrou inúmeras obras de outros autores desde então, que tratam do sofrimento da inserção inevitável das pessoas na vida social. O título em alemão é *Das Unbehagen in der Kultur*. O Termo ‘Kultur’ evoca imediatamente ‘cultura’ mas, em alemão, denota tudo aquilo que é criado pelo Homem. Assim, a escolha por ‘civilização’ como tradução é justificada, como termo mais abrangente.

O título deste livro, *O bem-estar na cultura*, evoca e brinca com aquela expressão. Para refletirmos sobre um bem-estar atual, vale a pena retomarmos o que Freud denomina mal-estar- há cerca de 100 anos- e o que poderia ser seu equivalente atual.

O *mal-estar na civilização* é uma obra monumental, de um autor na maturidade de seus mais de 70 anos. Toda a teoria freudiana está nela que, no entanto, também pode ser lida por um leitor leigo. Freud é daqueles criadores (como também Nietzsche e Winnicott, entre outros) que escreve de forma acessível a qualquer leitor não especializado; mas, quanto mais se conhece o assunto, mais se pode perceber camadas de profundidade e riqueza na obra.

Para Freud, então, a principal causa do mal-estar é a relação tensa dos indivíduos com a vida social. Ela impõe a canalização dos impulsos e desejos para finalidade socialmente aceitas. Há satisfação, mas ela é sempre modulada, contida, parcial. E há ainda uma dimensão contingente, quase lotérica; há aqueles cujos caminhos privilegiados para a obtenção de prazer combinam mais ou menos com os caminhos disponíveis na sociedade e época em que vivem. Pode-se ter mais ou menos sorte, nesse encontro. Neste sentido, todo sintoma é social; cada cultura desenha seus caminhos de satisfação e adoecimento.

Mas, em todos os casos, independente do encontro mais ou menos feliz entre anseios pessoais e a sociedade em que se viva, há sempre um excedente pulsional que não encontra caminhos de expressão. Impulsos sexuais e agressivos encontram parcialmente caminhos de descarga mas, quanto maior o trabalho de simbolização e distanciamento de suas expressões mais brutas, menor será o prazer obtido. Se a palavra-chave da busca do indivíduo é prazer; a palavra-chave para o convívio social é renúncia. Da frustração implicada em cada renúncia, aparecerão cisões, conflitos, simbolizações, sintomas, sublimações.

O excedente pulsional não expresso é vivido como renúncia e estoura sob a forma de frustração e angústia. Excede excitação, falta objeto. É sempre bom lembrar que, para Freud, a agressividade não é um impulso original, como a busca por prazer da sexualidade. Ela é reativa, disparada pela frustração, pela ferida narcísica de sofrer uma perda de lugar ante o desejo do outro e tem como objeto aquele ou aquilo que é vivido como tendo roubado um lugar seu. Esta já é a triangulação edípica: o eu ante a descontinuidade com o objeto de amor, idealizando, odiando e invejando aquele que identifica ocupar o lugar de desejo do outro amoroso. A descontinuidade com o outro é real, mas esta descoberta é aterrorizante e requer a invenção de um culpado, o que permite a fantasia de que sua aniquilação promoveria o retorno à integridade fusional narcísica com o outro original. Com esta triangulação, nasce a lógica fálica, onde um elemento simbólico de valor circula como representante da falta.

Em *O mal-estar*, a culpa é a grande vilã na qual deságua o descontentamento. Como se dá a passagem da agressividade para a culpa? Aqui, Freud se encontra com Nietzsche na concepção sobre como se forma a consciência e, sobretudo a má-consciência, base da culpa. Vamos seguir o percurso pelos dois autores, pois eles nos darão a pista para passarmos da culpa ao ressentimento, que propomos ser um componente importante do nosso mal-estar contemporâneo.

A nossa busca por uma felicidade absoluta está fadada ao fracasso, pelas renúncias pulsionais impostas pela vida social, mas também pela própria

dinâmica dos excessos pulsionais e sua correlata falta de objetos capazes de obturar o desejo. Tudo o que poderíamos fazer é buscar prazeres possíveis e distrações daquela condição. O amor, o trabalho, a arte, o recurso a substâncias entorpecentes, tais são os caminhos sugeridos por Freud. O Homem se tornou um Deus com próteses, com suas espantosas invenções tecnológicas que o poupam (mas privam) de muitas atividades.

Sobre nossa agressividade, diz Freud:

Via de regra, essa cruel agressividade aguarda uma provocação, ou se coloca a serviço de um propósito diferente, que poderia ser atingido por meios mais suaves. Em circunstâncias favoráveis, quando as forças psíquicas que normalmente a inibem estão ausentes, ela se expressa também de modo espontâneo, e revela o ser humano como uma besta selvagem que não poupa os de sua própria espécie. (FREUD, 2010, p. 77)

Mas a expressão desta agressividade tende a ser inibida, não por um princípio moral prévio que o ser humano traria em si. Nada mais distante de Freud do que a definição de um bem ou mal em si. O primeiro sentido de ‘mal’ não é transcendente, mas aquilo que identificamos nos ameaçar com o medo da perda de amor, com o decorrente temor do abandono e, mesmo, da morte. Do estado de desamparo em que nascemos, deriva esta relação primordial com outro humano, do qual inicialmente dependemos. A má-consciência nasce da introjeção daquilo que, inicialmente, não é mais do que evitar algo por medo de perda do amor. O que ocorre então com a agressividade é que ela se volta contra o próprio eu:

A agressividade é introjetada, internalizada, mas é propriamente mandada de volta para o lugar de onde veio, ou seja, é dirigida contra o próprio Eu. Lá é acolhida por uma parte do eu que se contrapõe ao resto como super-eu, e que como ‘consciência’ dispõe-se a exercer contra o Eu a mesma severa agressividade que o eu gostaria de satisfazer em outros indivíduos. (FREUD, 2010, p. 92)

É notável que, tanto para Freud quanto para Nietzsche, a renúncia à expressão pulsional não é produzida por uma consciência pré-existente. Pelo contrário, a renúncia é a causa e origem da consciência moral. Tomemos duas passagens de Freud para concluir seu raciocínio:

Primeiro, renúncia instintual devido ao medo a agressão da autoridade externa, pois a isso equivale o medo ante a perda do amor, o amor protegendo dessa agressão punitiva-, depois, estabelecimento da autoridade interna, renúncia instintual devido ao medo a ela, medo da consciência. No segundo caso, equiparação de ato mal e má intenção, e daí consciência de culpa, a necessidade de castigo. A agressividade da consciência conserva a da autoridade (...)

Toda a renúncia instintual torna-se uma fonte dinâmica da consciência, toda nova renúncia aumenta o rigor e a intolerância desta, e, se pudéssemos harmonizar isso melhor com o que sabemos da história da origem da consciência, seríamos tentados a defender a tese paradoxal de que a consciência é resultado da renúncia instintual, ou de que esta (a nós imposta do exterior) cria a consciência, que então exige mais renúncia instintual. (FREUD, 2010, p. 98-9)

A introjeção dos impulsos agressivos impedidos de se dirigirem ao objeto por medo da perda de amor torna o próprio eu objeto do ódio. Essa é a culpa exercida por esta instância que é um desdobramento do eu, o super-eu: uma autoconsciência composta pelos valores morais do ambiente em que se vive e aquela agressividade introjetada. Com isto, ao invés de a culpa diminuir conforme a pessoa renuncie à expressão da agressividade e se torna uma “pessoa de bem”, ela cresce, retroalimentada pela agressividade novamente voltada ao eu.

É notável a semelhança desta construção de Freud com a de Nietzsche, em *A genealogia da moral* (1887). Diz Nietzsche:

Todos os instintos que não se descarregam para fora se voltam para dentro- isso é o que eu chamo de interiorização do homem: é somente assim que cresce no homem o que mais tarde chamamos de sua ‘alma’. Todo o mundo interior, originalmente fino como se estivesse preso entre duas membranas, cresceu, inflou, ganhou profundidade, largura e altura na medida em que a descarga do homem para fora foi bloqueada. Aqueles terríveis baluartes com que a organização estatal se protegia contra os velhos instintos de Liberdade- as punições, sobretudo, estão entre esses baluartes- fizeram com que todos aqueles instintos do homem selvagem, livre e errante se voltassem para trás, contra o próprio homem.

Mas com ela [a má consciência] teve início o maior e mais sinistro adoecimento, do qual a humanidade até hoje não se recuperou, o sofrimento do ser humano com o ser humano, consigo mesmo. (NIETZSCHE, 1987, p. 90)

Para Freud e Nietzsche, a consciência seria inicialmente um órgão dos sentidos, mas ela teria se voltado para si e criado esta dobra que é a autoconsciência; o mundo interno mental. Este é o campo da neurose para Freud e a dos homens fracos e doentes, para Nietzsche: seres que refreiam seus impulsos e se alienam no outro; deixam de agir para apenas reagir.

Na origem daquela introjeção, Freud aponta o medo da perda do amor. Nietzsche, por sua vez, aponta o quando o sentido da culpa repousa sobre o pressuposto de que se tem liberdade de escolha e está atrelado à ideia de dívida, que derivaria numa suposta equivalência entre um dano moral cometido e a punição a que se passa a merecer. Mas Nietzsche revela a falta de qualquer noção de equivalência na justiça. Não há a reciprocidade entre o dano sofrido

e a punição infligida, tal como reclamada pela vingança. Para ele, a falha de um libera a expressão do ódio do outro. É como se se dissesse: “uma vez que você rompeu o pacto social, perdeu a proteção dada por ele e pode ser objeto de toda a agressividade que estava contida pelo outro”. Aparece então aquela agressividade descrita por Freud acima, que só espera uma oportunidade (um álibi) para poder ser exercida. Pense-se nos linchamentos públicos ou naqueles policiais que detiveram um homem por estar andando de moto sem documentos, e então o torturaram e sufocaram com gás lacrimogênio dentro de um camburão. Nada de proporcionalidade; mas sim o sentido de ter o direito de extravasar e gozar com a agressividade que já lá estava:

A equivalência é dada com o fato de conceder-se ao credor, em lugar de conceder uma vantagem direta pelo dano (ou seja, em lugar de uma compensação em dinheiro, terras ou posses de qualquer tipo), uma espécie de sensação de bem-estar como pagamento e compensação- a sensação de exercer seu poder de maneira inescrupulosa sobre alguém desprovido de poder, a volúpia de fazer mal pelo prazer de o fazer, o gozo na violação. (NIETZSCHE, 1987, p. 66)

A punição não é uma estratégia pedagógica: ela não melhora a pessoa, diz Nietzsche, apenas a amansa. Se não aniquila.

Mas Nietzsche prossegue de forma desconcertante ao apontar que a agressividade exercida como punição, se não é proporcional e justa, também não é injusta. Ela é manifestação de potência, de uma violência intrínseca à vida:

Uma ofensa, uma violação, uma exploração, uma aniquilação naturalmente não podem ser em si algo ‘injusto’, na medida que a vida atua essencialmente, a saber, em suas funções básicas, de modo ofensivo, violador, explorador, aniquilador e sequer pode ser imaginada sem esse caráter. (NIETZSCHE, 1987, p. 79)

Esta passagem será essencial para apontarmos certa impropriedade do ressentimento, adiante.

Nietzsche nos oferece outra ponte para falarmos do nosso mal-estar contemporâneo. Já havíamos apontado como Freud, em *O mal-estar na civilização*, identifica meios para nos distrairmos dos sofrimentos da vida: a arriscada aposta no amor- que nos dá os maiores prazeres e dores da vida-, a arte, as substâncias narcóticas. O trabalho também é um destes caminhos para Freud. Em Nietzsche, ele representa outra forma de entorpecimento, incrivelmente atual, e produtor daquilo que chamamos de desumanização, no início deste texto:

Tenta-se um outro training contra estados depressivos em todo o caso mais fácil: a atividade maquinal. Está fora de qualquer dúvida que com ela uma existência sofredora é aliviada num grau nada insignificante: esse fato é hoje chamado, um tanto desonrosamente, de “a benção do trabalho”. O alívio consiste no fato de o interesse do sofredor ser radicalmente desviado do sofrimento- no fato de entrarem na consciência apenas ações atrás de ações e, por conseguinte, restar pouco espaço nela para sofrimento: pois ele é apertado esse aposento da consciência humana! A atividade maquinal e o que dela faz parte- como a absoluta regularidade, a obediência pontual irrefletida, o aspecto definitivo do modo de vida, o preenchimento do tempo, uma certa permissão e até uma disciplina para a ‘impessoalidade’ para o esquecimento de si, para o descuido de si. (NIETZSCHE, 1987, p. 152)

É curioso o uso do termo em inglês ‘training’, num sentido tão contemporâneo, mas é ele mesmo que está no original em alemão. Nietzsche antecipa, assim, em mais de cem anos nossas considerações atuais sobre uma vida centrada na performance no campo do trabalho, independente de elementos coercitivos externos (como no já clássico, *Sociedade do cansaço*, 2010, de Byung Chul-Han). Adotamos a desumanização voluntária como *pharmakon*.

Onde estava culpa, adveio o ressentimento. Brincamos aqui com a formulação clássica de Freud: “onde estava o Id, que advenha o Eu”. Propomos aqui a ideia de que a culpa, vilã identificada por Freud há cerca de um século, sofreu uma inflexão em nosso ambiente contemporâneo e seu lugar tenha sido ocupado, em boa medida, pelo ressentimento. Como em dobras num lençol: a agressividade não dirigida ao outro (que frustra ou ataca) se dobra sobre o eu, gerando a culpa; e o eu, por não suportar a violência da culpa, volta a dobrar a agressividade em direção ao objeto, em quem deposita a responsabilidade por sua inação e a quem passa a recriminar interminavelmente, mas sem efetivamente atacá-lo ou dele se vingar. Com esta dobra dupla, temos um nó duro de desatar. A culpa é um sentimento horroroso, como sabemos; ela fere sadicamente o eu; mas ela pode eventualmente permitir uma saída pela reparação. O ressentimento anseia por uma paralisia difícil de ser desfeita, pela recusa da pessoa em se implicar no sofrimento: se todo o sofrimento provém do outro, não parece haver meios para a emancipação psíquica.

A clínica freudiana se defrontava predominantemente com os sofrimentos relativos à renúncia ao prazer, as neuroses; a clínica contemporânea está mais habitada por um agir irresistível, compulsivo, aditivo, uma falha nas fronteiras do eu. Este deveria dar tônus à mente, negociar os conflitos, renunciar e encaminhar a melhor ação possível, a cada momento. Mas este excesso de agir contemporâneo é vivido como descarga, não como expressão de desejo e apropriação subjetiva. Assim acontece também com o ressentimento, que não se apropria das próprias ações e desejos.

Reencontramo-nos aqui também com a ideia de paixão triste, impotência que Spinoza evoca como a daquele que não consegue agir de acordo com as leis

de sua natureza. Recorramos brevemente a Spinoza. Ele afirma ainda que o ódio e o ressentimento nada mais são do que a tristeza acompanhada da ideia de uma causa exterior que diminui ou refreia a potência do corpo, a potência de agir.

O desejo está, enquanto apetite, referido simultaneamente à mente e ao corpo. A mente se esforça por afirmar a existência de nosso corpo, juntamente com a virtude da razão que dele se tem, que é nossa potência de agir. Quando a vontade (deliberação consciente) está apegada às paixões, isto diminui a potência do agir. Para Spinoza, a paixão implica em se estar preso a uma representação imaginária que toma a parte pelo todo. O corpo, cuja potência está separada daquilo que ela pode: isto é a tristeza e, derivadamente, o ressentimento.

O desejo que surge da alegria está ligado simultaneamente à mente e ao corpo, é estimulado pelo próprio afeto de alegria, trazendo excitação ou contentamento, definida pela potência humana e, ao mesmo tempo, pela potência de causa exterior; em contraponto, a força do desejo que surge da tristeza- que ele nomeia como dor e melancolia- não conserva sua própria natureza e separa do ser aquilo que ele pode: “Consiste em que a potência de agir do corpo é inteiramente diminuída ou refreada. Portanto é sempre má” (Idem, p. 185).

Sobre estes afetos de ódio que de dobram e desdobram do eu ao outro, Spinoza nos elucida que:

Todos os afetos de ódio são maus. Por isso, quem vive sob a condução da razão, se esforçará, tanto quanto pode, por fazer com que não seja afligido por afetos de ódio e, conseqüentemente, se esforçará para que um outro não padeça desses afetos. Mas o ódio é aumentado pelo ódio recíproco e, contrariamente, pode ser eliminado pelo amor, de tal maneira que o ódio se converta em amor (Idem, p. 187).

Após esta passagem por Freud, Nietzsche e Spinoza, podemos avançar na compreensão do mal-estar contemporâneo. Recorreremos ao livro *Ressentimento*, de Maria Rita Kehl (2004). Obra extraordinária onde a autora articula aqueles mesmos autores, entre outros, e ainda traz reflexões ricas sobre os últimos anos da vida política no Brasil, em sua segunda edição, de 2020.

Kehl diz que o ressentimento não é um conceito psicanalítico, embora permeie uma série de experiências de sofrimento. O ressentimento estaria no campo da neurose e na relação entre o narcisismo e na forma de significar a castração simbólica. Ante o confronto com os limites da onipotência narcísica, o ressentido toma a castração- aquilo que imaginariamente é vivido como falta- como prejuízo e ofensa, sofridos pela ação de um outro. A castração não é vivida como instauração da vida humana em suas condições de possibilidade- cair na real-, mas como ataque e humilhação narcísica.

A questão chave no ressentimento seria a impossibilidade de a pessoa reconhecer o próprio desejo enquanto seu, de forma a responder por ele. O fracasso na não realização do desejo gera uma culpa gigantesca e insuportável, de forma que o ressentido se esquivava do movimento do desejo e delega a um outro

a ação que tomara. Este outro, tomado como culpado, merece agora os ataques repetitivos do ressentido:

O ressentimento seria, nesse caso, o avesso do arrependimento; é uma cobrança indireta de um bem cedido ao outro por submissão ou covardia. Instalado no lugar de queixoso, o ressentido não se arrepende: acusa. Sua reivindicação não é clara: ele não luta para recuperar aquilo que cedeu e sim para que o outro reconheça o mal que lhe fez. No entanto, não espera obter reparação: o que ele quer é uma espécie de vingança (KEHL, 2020, p. 15-16).

Mas esta vingança não pode ser perpetrada por ele mesmo. Incapaz de sustentar seu desejo e ódio, o ressentido espera que o “destino” ou o “tempo” se encarreguem de trazer a vingança ao outro. Há uma inação dupla implicada: de um lado, o ressentido paralisado em atitude de vitimização; de outro, o outro, que deve ser imobilizado por acusações repetitivas: “Trata-se de uma repetição mantida ativamente por aquele que foi ofendido. O ressentido não é alguém incapaz de esquecer ou perdoar; é um que não quer esquecer, ou que quer não esquecer, não perdoar nem superar o mal que o vitimou” (KEHL, 2020, p. 10).

Há gozo e defesa na queixa ao outro. Caso haja uma solução da situação- através de uma vingança que se opere, reparação ou perdão- o ódio ao outro se diluiria e só restaria ao ódio voltar-se ao eu, disparando a culpa massacrante. Nas queixas perseverativas do ressentimento, não se trata de uma repetição elaborativa como no luto, mas de uma repetição reiterada e defensiva para conjurar o mal interno.

Então, se a culpa não é do outro, é minha? A própria discussão sobre “de quem é a culpa” já se apoia sobre o engodo da liberdade de ação dos agentes, aos quais pode-se então atribuir culpa. Fica-se na mesma lógica. Voltando a uma citação de Nietzsche que fizemos acima: a ação do outro não é “injusta” com o eu; ela é ação, expressão de potência; a não ação, por sua vez, ainda que mais reprovável da perspectiva nietzscheana, também não se dá voluntariamente, não cabendo atribuição de culpa. A saída não pode estar em atribuir a culpa a si ou ao outro, mas em ser capaz de assumir a responsabilidade pelo que se deseja e faz. Como já dissemos anteriormente, não somos sujeitos gramaticais de nossos desejos, mas somos sujeitos ao nos apropriarmos dos desejos e potências que nos atravessam.

Se uma das chaves do ressentimento é o temor do sentimento de culpa, é ao trabalhar a base da culpa que se pode vislumbrar uma derivação. Uma das bases da culpa é, da perspectiva de Freud, a dívida que consideramos ter por não correspondermos aos altos ideais narcísicos sob o qual vivemos. É preciso produzir uma desidealização, que resulta numa humanização, para que aquela opressão seja abrandada. Aquele que não se crê infalível, não se arrepende; não se cobra pelo que deixou de fazer e que teria sido o mais certo. O ressentido sofre do que “poderia ter sido”, logo após ter passado a oportunidade de sê-lo. Há um infantilismo de base no ressentimento onde o indivíduo cobra de si perfeição, e espera do outro uma capacidade infinita de cuidado. Diz Kehl:

Uma das condições centrais do ressentimento é que o sujeito estabeleça uma relação de dependência infantil com um outro, supostamente poderoso, a quem caberia protegê-lo, premiar seus esforços, reconhecer seu valor. O ressentimento também expressa a recusa do sujeito em sair da dependência, ele prefere ser “protegido”- ainda que prejudicado- a ser livre, mas desamparado (KEHL, 2020, p. 12).

Há aí uma espera infinita e fadada ao fracasso pelo reconhecimento do outro, que testemunhe seu sacrifício. É como se o ressentido dissesse: “abri mão de meu desejo em nome do seu, não obtive satisfação e agora me queixo, cobrando reconhecimento”. Mas a desistência inicial com relação ao próprio desejo não é assumida como sua.

Tomemos outra passagem precisa Ética de Spinoza:

Aquele que se rebaixa está, entretanto, próximo do soberbo. Com efeito, como sua tristeza surge porque julga sua impotência pela potência ou virtude dos outros, essa tristeza será atenuada, isto é, ele se alegrará, se mantiver sua imaginação ocupada em tomar em consideração os vícios alheios, de onde surgiu o provérbio: desgraça comum, consolo de cada um. E, contrariamente, aquele que se rebaixa tanto mais se entristecerá, quanto mais julgar que é inferior aos demais. Daí que ninguém está mais propenso à inveja que aqueles que se rebaixam; e que estes se esforçam, sobretudo, por observar as ações dos homens mais para criticá-las do que para corrigi-las; e que enfim, lowam exclusivamente o rebaixamento e dele se gloriam, mas de maneira tal que pareçam, entretanto, rebaixados (SPINOZA, 2019, P.193)

A queixa endereçada ao outro é a denúncia de tal rebaixamento de si, em concordância com o vínhamos tratando acima.

Uma parte importante da clínica contemporânea dedica-se ao estudo do trauma. Ele implicaria numa dinâmica anterior àquela do conflito, que define o mundo da neurose. O trauma se dá por uma violência não simbolizável, recusada, não inscrita, de modo que uma solução do trauma requer testemunho e reconhecimento. Será que estamos falando da mesma coisa ao falarmos de ressentimento e trauma? Penso que não. No trauma, uma vez obtido o reconhecimento, pode haver uma ressignificação e ter início um processo de luto. No ressentimento, a espera por reconhecimento é um ódio erotizado- sado-masoquista- que não pretende mudar de posição. Mas vale a questão: será que a dimensão que temos dado à clínica do trauma não tem incluído também posições subjetivas ressentidas? Neste caso, estaríamos generalizando o conceito e o acolhimento clínico próprios ao trauma a dinâmicas de outro estatuto psíquico e confundindo o traumatizado com alguém ativamente vitimizado; o ressentido.

Maria Rita Kehl dedica boa parte de sua obra às implicações sociais do ressentimento. O século 21 tem apresentado inúmeras figuras dele. O anunciado mundo líquido, de Zygmunt Bauman, na virada do milênio, lançou-

nos num abismo de liberdade e abertura sem limite. Tudo aquilo que o Homem moderno sempre disse almejar. Mas, ante a liquefação de tudo, tem havido uma reação conservadora, reativa. Isto é muito evidente no neoconservadorismo de direita que tem feito tantos estragos no mundo, e muito particularmente no Brasil. Ressentimento é uma palavra-chave para entendermos o patético capitão, pária entre os militares, que chega ao poder eleito num discurso ressentido contra a política, a ciência, a cultura, etc. Puro discurso de ódio e destruição, ele encontrou acolhimento em ao menos metade da população que voltou a votar nele nas eleições em 2022, ainda que sem conseguir reelegê-lo. E parte daquela população se viu novamente ressentida pelo resultado das urnas- acusado de ter sido falseado- e segue em queixa e à espera de que alguém faça algo a respeito.

Mas não escapa à Kehl outra constatação desconfortável. No espectro político oposto, em movimentos e coletivos legítimos de minorias sociais que denunciam a opressão que sofreram, paira a sombra do ressentimento. Uma coisa é perceber-se oprimido e se recusar a permanecer naquela posição, demandando e assumindo voz e potência; outra, é cultivar a vitimização e uma demanda infinita por compensação.

Nos dois extremos do espectro político, podemos perceber um forte sintoma social: o ressentimento, fonte de um mal-estar que encontra gozo e resiste a se transformar. Diz Kehl: “O ressentido é um escravo de sua impossibilidade de esquecer. Vive em função de sua vingança adiada de modo que em sua vida não é possível abrir lugar para um novo” (KEHL, 2020, p. 73).

Com estas considerações sobre o mal-estar contemporâneo, podemos voltar ao caminho do desejo, daquilo que poderia resultar num bem-estar, propriamente dito.

O dever do desejo

Eu queria querer. Esta formulação ilustra um sofrimento tantas vezes expresso na clínica psicanalítica. Algo vivido como falta de desejo ou depressão. Um sentimento de dívida com relação a alguém ou a algum ideal. A cisão entre demandas às quais o eu se impõe corresponder e um desejo não formulado ou não assumido. Lembro de pacientes que tinham dificuldade em ter relações sexuais com seus parceiros, o que gerava muita frustração e medo da perda da própria relação amorosa. Quantas vezes elas são diagnosticadas como portadoras de vaginismo, sem que se procure saber o contexto e momento da relação, o que move seu desejo? O mesmo se dá com tantos jovens diagnosticados com *deficit* de atenção por não se manterem focados e interessados em suas aulas. Não atender a uma demanda funcional é algo tomado como patologia, sem que se ponha em questão o sentido da função a ser desempenhada e, sobretudo, sem que a própria pessoa se pergunte por seu desejo.

Eu queria querer, mas não quero. Nenhum movimento potente e criativo pode sair disto. Tudo o que pode se dar é reativo à demanda externa.

Retomemos nosso percurso sobre o desejo em alguns autores da filosofia e da psicanálise. Estamos relacionando aqui diversos autores com pensamentos próprios e distintos que, ora convergem, ora divergem radicalmente. Mas procuramos construir através deles uma reflexão nossa sobre o desejo.

Evocando Spinoza, na medida em que algo se refere exclusivamente à mente, chama-se vontade (é o que chamamos acima de “eu queria querer”). Na medida em que algo esteja referido simultaneamente à mente e ao corpo, chama-se apetite. Desejo é o apetite juntamente com a consciência que dele se tem. O desejo é a própria potência do Homem, o esforço pelo qual ele preserva seu ser.

No mundo fora do campo da moral comum, em Spinoza, Nietzsche ou Freud, o critério para se julgar uma ação não é saber se ela é boa ou má, mas se ela efetiva e aumenta a potência do ser e agir.

Mas é sempre preciso lembrar que isto não significa uma afirmação de um indivíduo senhor de si e seu desejo. Nada mais longe da liberdade da vontade consciente, do “eu queria querer”: o sujeito advém da consciência de seu desejo e da construção dos caminhos criativos para a sua expressão. “Não ceder de seu desejo”, diz a formulação da ética em Lacan (ver *Seminário 7. A ética da psicanálise*).

O movimento do desejo nasce da castração simbólica, como dissemos no início deste trabalho. Ela não tem nenhuma relação com gênero; o que nela é castrado é o campo das idealizações que esmagam nossa possibilidade de ser. A castração simbólica desidealiza o outro parental como alguém de quem esperamos salvação e reconhecimento; não há tal outro superior. De forma correlata, desidealizamos na castração nossa própria onipotência narcísica. A “humilhação” de nos descobirmos todos humanos, demasiado humanos, retiramos o peso da acusação ao outro por ter falhado em atender às nossas demandas, assim como o peso terrível da culpa por não correspondermos às demandas dele. Seres castrados simbolicamente são lançados ao mundo como seres desejantes, andarilhos vagando indefinidamente, como Édipo, após ter se desiludido consigo, acertado as contas com seu destino e ter se tornado, por fim, sujeito de sua história. É o que temos chamados neste capítulo de humanização.

Da castração simbólica deriva a dinâmica neurótica, que repete clichês edípicos, numa estrutura enrijecida. Repete-se o mesmo fracasso, indefinida e inconscientemente. Mas o ciclo da repetição do mesmo pode ser modificado numa repetição diferida, capaz de criar e gozar sem culpa; é este o advento do sujeito que pode se dar num processo analítico. A consciência elaborativa sobre a repetição das origens pode lança-la numa espiral que, sendo sempre referida a um centro, dele se distancia progressivamente, disparando possibilidades de expansão e criação. É o que identificamos como o desejo, propriamente dito, em Spinoza: corpo, mente e consciência.

Humano, no sentido em que temos tomado neste texto, não é alguém que busca afirmar-se numa posição de autocontrole (como nos discursos de auto-ajuda ou em processos de *coaching*), que entende ser livre em sua vontade.

Humano é aquele que busca a liberdade treinando não julgar a realidade “imperfeita”, ou seja, desapegar-se do poder dos ideais que negam a condição humana e denuncia a finitude e instaura o tempo de acontecimento.

O humano busca a felicidade- que Spinoza denomina como a própria virtude: a beatitude- que se dá no amor pela potência de existir. Vivemos a partir dos nossos corpos como modos da natureza que trazem a experiência da alma que se compõe e se cria para outras potências de outros corpos: isto se dá nas modificações trazidas pelas experimentações que trazem aumento de potência de entrega, acolhimento e recolhimento. Mantemo-nos em movimento pelo afeto que modifica molecularmente o nosso corpo e traz a potência de agir que é aumentada ou diminuída, estimulada ou refreada.

Deleuze e Guatarri propõem o corpo sem órgãos, que relacionamos ao desejo de criação e expansão: “feito de tal maneira que ele só pode ser ocupado, povoado por intensidades” (Mil Platôs, 2012. vol 3, p. 16). Não se trata de uma cena, um lugar. É uma matéria intensa e não formada, não estratificada. Tendências dinâmicas com mutação de energia, os modos são tudo que passa: as ondas vibrações, as migrações, limiares, gradientes. O que conta aqui no desejo é que o prazer seja o fluxo do próprio desejo, imanência. Não seria apenas em nome de uma falta que seria impossível remediar mas, ao contrário, em razão de sua positividade, quer dizer, do plano de consistência que ele traça no decorrer do seu processo. Esta é a famosa crítica dos autores à leitura do desejo como falta, na psicanálise; mas já vimos que há uma afinidade entre estes modos de pensar se tomamos o desejo em psicanálise pela potência da pulsão e do corpo e castração simbólica como abertura para o fluxo do desejo e quebra do encarceramento narcísico.

Trata-se de o campo da imanência para o desejo ter um plano de consistência e não se relacionar com a inveja e impotência ou um critério ressentido, culposo, vergonhoso, poderoso, exterior ou transcendente. O plano de consistência seria o conjunto de corpos sem órgãos: pura multiplicidade de imanência num movimento de desterritorialização generalizada onde cada um pega e faz o que pode, segundo as suas composições, extraídas de um eu nômade, sem amarração à um organismo, significância e subjetivação.

Deleuze e Guatarri afirmam que:

o corpo sem órgãos não é de modo algum o contrário dos órgãos. Seus inimigos não são os órgãos. O inimigo é o organismo. O corpo sem órgãos não se opõe aos órgãos, mas a essa organização dos órgãos que se chama organismo (...) Um organismo é um poder sobre o corpo, ele é um controle que impõe um exercício dominante ao corpo (...) O organismo não é o corpo, mas um estrato sobre o corpo sem órgãos (...) O estrato é um fenómeno de acumulação, de coagulação, de sedimentação que lhe impõe formas, funções, ligações, organizações dominantes e hierarquizadas, transcendências organizadas para extrair o trabalho útil (DELEUZE e GATARRI, 2012a, p. 24)

Pela experiência do corpo sem órgãos podemos entender e sentir que somos uma multidão singular, que se relaciona e precisa viver de um modo mais coletivo.

Consideramos que precisamos perceber que o modo de escapar da captura pelo poder é acessar a natureza singular de nossa potência em tempo real, que nos convida a sermos fortes em recomeçar, não do assunto deixado ali onde estava. O recomeço sempre é outro; é inaudível, denuncia o que não adveio do passado e pega esse lapso como morada para sabotar cada vez mais os meios de consumo, em nome de uma sociedade que não tema o tempo para assim obter espaços.

Construir condições de confiança no agir, prever e aguardar. Aceitar melhor um mundo de indeterminação que busca sua energia na região obscura, intuitiva, inconsciente, onde nossa potência de agir ultrapassa aquilo que sabemos dela. Desta forma, o sentimento de confiança faz da experiência um campo de experimentação. Ele é, portanto, a condição de todo ato de criação. Assim sendo, se aceitarmos a castração como indeterminação- a dúvida infinita sobre os resultados e sobre a morte- o luto aconteceria como a possibilidade da criação e aumento de potência de ação ou aumento ao nosso horizonte de pensamento, suspendendo a crença vinda dos hábitos. Com a perda do otimismo inicial, a confiança ganha uma nova consistência, que não é a condição de sucesso, mas sim, antes de mais nada, vital. Uma confiança que sustenta a quebra das crenças e frustrações.

Citando Deleuze e Guatarri:

A prova do desejo: não denunciar os falsos desejos, mas no desejo, distinguir o que remete à proliferação de estratos, ou bem à desestratificação demasiada violenta, e o que remete à construção do plano de consistência, vigiar inclusive em nós mesmos o fascista, e também o suicida e o demente (DELEUZE e GATARRI, 2012a, p. 32)

Aproximamos estas concepções de desejo em Spinoza, corpo sem órgãos de Deleuze e Gattari e o *amor fati*, de Nietzsche, assim como a ideia psicanalítica de tomarmos consciência e assumirmos nossos desejos, responsabilizarmo-nos por eles- sobre os quais não temos controle- num movimento no qual advém o sujeito. Uma vez mais, reconhecemos a especificidade de cada autor e não pretendemos esgotar seus pensamentos ou reduzi-los em seu escopo próprio mas, em nossa reflexão, apropriamo-nos de algumas de suas ideias para refletir sobre o desejo humano.

Para concluir

O psicanalista Joel Birman estabelece uma comparação entre duas clássicas históricas do século 19: Carmen (da novela de Mérimée e da ópera de Bizet) e Madame Bovary (do romance de Flaubert). A segunda, representaria o processo triste e ressentido de um desejo que não flui, combate a si-mesmo. Carmen, por sua vez, representaria o que o autor chama de histericização,

movimento vitalizado e potente de uma feminilidade paradigmática do fluxo do erotismo feminino, mas também do masculino.

Diz Birman, sobre o registro histérico e ressentido:

Contudo, o que está em questão é tão-somente o medo assustador que as pessoas têm do desejo e da feminilidade do seu erotismo. Isso as horroriza, deixando-as sideradas pelo pavor. Preferem, então, transformar-se numa estátua pétrea e num objeto metálico, conformadas com ideal fálico. Com isso, elas acreditam ter as suas identidades confirmadas pelas miragens do falso brilho do falo. (...) Contudo, uma falácia recoberta de insígnias de poder, com os figurinos vulgares da mediocridade, regulados que são tais sujeitos pela ambição do ter e pela gula do possuir. São subjetividades pobres pois, paradoxalmente, podem ter muito, até mesmo em demasia, empanturradas que são pelas pessoas, mas que não são absolutamente nada (BIRMAN, 1999, p. 103).

Em contrapartida, o registro da histericização vem ao encontro do que temos identificado como desejo:

O sujeito perpassado pela histericização se torna alado na sua corporeidade, pois adquire uma leveza, graciosa nos seus gestos, na medida em que se encontra em estado de graça em consequência da circulação de seus fluidos vitais. Os humores do corpo se tornam turbilhonantes, fazem barulho pelo seu anúncio para o sujeito, não obstante a leveza decorrente do rangido erótico. A ordem do sublime se faz presença, de maneira contínua e às vezes errática, subvertendo com isso as boas medidas e as maneiras ditas bem comportadas instituídas pela beleza fálica. A bela dureza da falicidade cai por terra, na medida em que o que há de quebradiço e de frágil no corpo se revela pelos fluidos carnavais (IDEM, p. 96).

Birman parece escrever desde um vórtice que articula os autores aos quais recorreremos.

No avesso do ressentimento, retomamos duas passagens de Kehl: “A máxima de ‘tornar-se quem se é’, para Nietzsche, não remete à fidelidade de um ser essencial, e sim ao compromisso com as consequências dos atos e das escolhas”. (KEHL, 2020, p. 87). É assim que Carmen assume seu desejo e destino trágico.

E, para encerrar, retomamos a relação entre castração e potência do desejo em fluxo, na oposição ao narcisismo mortífero:

A potência de que se trata aqui é a potência do desejo, esta que orienta as apostas e os investimentos que são feitos ao longo da vida e também os riscos que cada um se dispõe a correr em nome deles. Entre estes últimos, interesse-me sobretudo pelos narcísicos: riscos de queda, de fracasso, de ficar aquém daquilo que se idealizou... (KEHL, 2020, p. 198-9)

A castração é condição necessária mas insuficiente para o processo de subjetivação; esta última requer consciência e entrega. Se aceitarmos a condição de sermos castrados e abertos para a alteridade, o encontro com o outro pode ser experimentado como potência de criação.

Quem sabe assim se vislumbra um bem-estar consistente no mundo, na duração, nas relações.

Referências

- BIRMAN, Joel. *Cartografias do feminino*. São Paulo: Editora 34, 1999.
- DELEUZE, Giles e GATTARI, Félix. *Mil Platôs*. Vol. 2 (1980). São Paulo: Editora 34, 2012a.
- DELEUZE, Giles e GATTARI, Félix. *Mil Platôs*. Vol. 3 (1980). São Paulo: Editora 34, 2012b.
- FREUD, Sigmund. *O mal-estar na civilização* (1930). Obras Completas, Volume 18. Tradução: Paulo Cesar Souza. São Paulo: Cia das Letras, 2010.
- KEHL, Maria Rita. *Ressentimento* (2004). Segunda edição. São Paulo: Boitempo, 2020.
- NIETZSCHE, Friedrich. *A genealogia da moral* (1887). Tradução: Paulo Cesar Souza. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.
- SPINOZA, Baruch. *Ética* (1677). São Paulo: Autêntica, 2009.

7. Identidades fluidas e formas de vida no Brasil digital

Formas de vida

Há muitas maneiras de ler transformações sociais que se enfatize os grandes monumentos biográficos, culturais ou jurídicos, as mutações no processo produtivo ou as mudanças em termos de diversidade de valores ou reconhecimento de hábitos. Uma abordagem crítica deve compreender tanto estruturas simbólicas, quanto a ação social ou ainda a funcionalidade institucional. Na perspectiva do Laboratório de Teoria Social, Filosofia e Psicanálise da USP entendemos que a leitura crítica de processos transformativos se beneficia do conceito de forma de vida, entendido como solução para conflitos postos, em termos de linguagem, trabalho e desejo¹. Uma forma de vida não se define apenas pela sua permanência e reprodução como sistema de auto regulação e relação com o mundo, mas pela maneira como ela lida com os padrões de diversidade que ela mesma produz². Descrever uma forma de vida é reconstituir sua gramática de reconhecimento, a forma específica de produção e reprodução de valor, assim como as modalidades de circulação de desejos. Por isso uma forma de vida não tem uma identidade em seu centro, que a definiria como expansão ou realização de sua essência, mas ela deve ser examinada a partir de suas transições ou passagens, de como ela lida com as variedades que ela mesma produziu. Por isso a melhor imagem para representar uma forma de vida não é um círculo com um ponto no meio, mas uma elipse com dois focos que se alternam, como nas órbitas dos planetas. O centro de uma forma de vida será mais provavelmente vazio. Daí que nosso método compreenda a análise desta experiência de vazio, como modalidades de mal-estar, envolve o exame da sucessão histórica das patologias do social, entendidas como formas de sofrimento entranhadas aos sintomas.

Para a psicanálise os sintomas não são apenas acréscimos indesejáveis que devem ser retirados para aumentar a funcionalidade e eficácia de uma forma de vida. Nos sintomas está contida uma espécie de resistência social, uma palavra que não pode ser dita nem escutada por outras vias, um fragmento de verdade que o sistema que envolve aquela forma de vida, e muitas vezes ela própria não pode reconhecer.

Descrever mudanças em modalidades de sofrimento, com seus afetos dominantes e como suas narrativas de referência torna-se assim um método para fazer uma leitura social crítica.

¹ Dunker, C.I.L. (2015) Mal-Estar, Sofrimento e Sintoma. São Paulo: Boitempo.

² Safatle, V. (2016) Circuitos do Afeto. Belo Horizonte: Autêntica.

Perda de experiência

Costuma-se descrever os nativos digitais, nascidos após 1995, como uma geração orientada para o compartilhamento, com aversão relativa pelas gramáticas institucionais construídas para o mundo do trabalho, do desejo e da linguagem. Observemos que estes foram as três ondas que redefiniram sucessivamente a forma de vida digital. No início tratava-se de uma nova forma de linguagem, de importância estratégica para a pesquisa científica e para a comunicação militar. É o tempo dos grandes projetos de digitalização do patrimônio cultural, depositados em bibliotecas e museus. Depois vieram as gramáticas desejanças, trazendo consigo novas configurações de erotismo, de agrupamento e de compartilhamento de experiências em rede. É o momento da emergência das redes sociais e dos dispositivos de compartilhamento de imagens e narrativas pessoais. Em seguida chegamos ao tempo no qual a economia produtiva e o consumo passam a realmente se integrar a esta forma de vida, tornando massivo o trabalho à distância ou intermitente por meio de aplicativos laborais.

O impacto desta experiência global no Brasil deve ser ponderado contra dois outros processos decisivos. A digitalização se fez acompanhar da efetivação de programas de governo (Fernando Henrique Cardoso e Lula - Dilma Rousseff) que ampliaram muito a mobilidade social, a disponibilidade de acesso a bens simbólicos, ainda que com baixa redução da desigualdade social. O Brasil tornou-se permeável, cultural e economicamente, a um novo tipo de relação com o mundo e consigo mesmo. A cultura do auto empreendedor, expressão da progressão neoliberal, cresceu paradoxalmente ao lado do incremento de políticas estatais de inclusão, de combate a fome e de seguridade social. A chamada orientação para o consumo das famílias, ainda que vulnerável do ponto de vista da sua continuidade produziu um novo e inédito acesso a modalidades de consumo, de bens materiais e simbólicos, para muitos novos habitantes de novas posições sociais. A ralé deixa a miséria e torna-se pobre, os pobres tornam-se classe trabalhadora e os ricos tornam-se muito mais ricos, resultando em pequena redução da desigualdade e confirmação do patrimonialismo³.

O segundo processo contemporâneo da emergência da forma de vida digital é de natureza institucional. Até os anos 2000 o Brasil havia desenvolvido uma forma de vida ligada baseada na invisibilização de populações crescentemente sentidas como perigosas e no confinamento em espaços de moradia seletiva ou de circulação restrita.

Muros, simbólicos e de concreto, guarneciam a diversidade fortalecendo padrões de classe, raça e gênero ligados a modalidades de consumo conspícuo, ligados a uma personalidade sensível⁴, regulados por um novo tipo de administração de normas e regulamentos, cujo figura de autoridade é o gestor ou síndico. O condomínio residencial, mas também o *Shopping Center*, assim como as favelas e as prisões definiram uma forma de vida onde a identidade por

³ Souza, J. (2010) Os Batalhadores Brasileiros. Belo Horizonte: UFMG.

⁴ Bourdieu, P. (2006) A Distinção. São Paulo. Edusp.

um lado e o medo social da diferença, por outro, criavam uma nova maneira de lidar com a aparência. Para as classes baixas emergentes o consumo de produtos de beleza, a frequência a cursos de línguas ou o acesso a academias de ginástica, faz acompanhar de um ingresso acessível ao ensino universitário, ainda que de qualidade discutível.

Estes três processos: *a acessibilidade digital*, que reconecta discursivamente famílias antes separadas pela distância física, que cria uma geração com novos padrões relacionais, *o empreendedorismo* combinado com suporte social e a *vida em forma de condomínio*, combinados ente si acabam por estabelecer uma mutação em nossas formas hegemônicas de sofrimento. O epicentro desta mudança pode ser atribuído a uma experiência problemática da nova identidade adquirida, ou da antiga identidade ameaçada. Por isso podemos dizer que o diagnóstico transversal para esta mudança acusa um sentimento comum de que certa experiência foi perdida, que ingressamos em um novo mundo que sentimos como inautêntico, postiço e decepcionante em relação ao mundo que nos foi prometido.

Isso pode ser atribuído à perda da unidade de nossa experiência social e subjetiva. O estado de segregação bem definido traz sofrimento, mas este vem acompanhado de narrativas de consolação que confirmam a impossibilidade de transformação. O mal-estar pode ser grande e aflitivo, mas ele não demanda mudança uma vez que as identidades estão muito bem confirmadas em seus lugares. Estes lugares duplicam e confirmam-se no universo institucional que acaba encarregando-se de reproduzi-los. Desta maneira muros e condomínios definiam um Brasil marcado pela figura do cartório, da ação entre amigos, dos favorecimentos ou da instrumentalização e seletividade na aplicação da lei ou na definição de políticas públicas. Observe-se que este diagnóstico aflige primariamente agrupamentos minoritários, que assiste a emergência de novas formas de religiosidade, como a teologia da prosperidade, quanto expressões artísticas como o funk e o *hip-hop*, identificações de gênero, como os coletivos feministas e os coletivos ligados a raça e etnia. O sofrimento de gênero, o sofrimento de raça, o sofrimento com o corpo, torna-se visível redefinindo assim novas gramáticas para a identidade. Também entre os mais ricos a função distintiva do consumo parece alcançar um certo paroxismo. Identidades definidas pelo consumo alimentar, pela mobilidade, pela qualificação exclusiva do consumo tornam-se mais e mais importantes. A linguagem digital facultou ainda um fenômeno novo: a junção de micro-minorias, antes silenciadas pela ocupação institucional do espaço público, dá voz e expressão a ideias extremas, tanto em sentido progressista quanto conservador. A isso acrescenta-se o fato de que para uma enorme parcela de novos habitantes da democracia digital, a prática de opinar e discutir com pessoas que tem posições diferentes é abissalmente nova. Neste espaço ter uma opinião é candidatar-se a uma experiência de reconhecimento, ter uma opinião confirmada, legitimada ou apoiada é acumular capital cultural e capital social. Ter sua expressão moral, estética ou política desconfirmada é, inversamente, deparar-se com o temor de um retorno a invisibilidade.

Uma decepção que confirma e redobra a decepção de base com a realização de que a nova posição de base só aumenta o tamanho do mundo, sem reduzir o volume ocupado pelo eu. Esta deflação imaginária, às vezes tornadas ainda mais dolorosas, pelos contraexemplos de celebração e sucesso digital, é uma fonte permanente e explosiva para o sofrimento de identidade. Este processo que se faz acompanhar pela mutação de nossos afetos políticos hegemônicos, do medo e da inveja para o ódio e o ressentimento.

Mas não devemos reduzir a deflação-inflação imaginária a um fenômeno narcísico que passará com a estagnação do público ou com o cansaço criado por padrões miméticos de falso reconhecimento. Há uma mutação simbólica importante que se infiltra neste ponto. Ela altera nosso sentimento e nossa interpretação do que significa possuir algo e conseqüentemente trocar algo. Nosso possessivismo condominial a posse é ostentação e a legitimidade é a força de lei que individualiza o portador de atributos. Sua essência dependerá dos padrões de transmissão, por exemplo, a herança, a proteção ou o empréstimo condicional. Este modo de sentir algo como seu, ainda que este algo seja sua imagem, suas palavras, seus gestos, é modificado profundamente por uma experiência que repudia crescentemente a acumulação como patrimônio. Compartilhar, usar ou fruir são modos de apossamento que não trazem consigo o sofrimento associado com o patrimonialismo condominial. Ou seja, quando construo uma forma de vida ao modo de um monumento, com traços fixos e alto grau de apossamento eu ao mesmo tempo me fixo a este padrão de apresentação e conseqüentemente a forma como sou visto pelos outros, e, portanto, ao tipo de outro e a gramática de reconhecimento que assumimos como lei para nossas trocas desejantes. Esta fixação é sentida crescentemente como problemática. Portanto, na media que a identidade pode ser facilmente alterada, por meio de procedimentos de manipulação *cirúrgica* (pensemos aqui em intervenções bariátricas, próteses, implantes, mas também tatuagens e redesignações de gênero), *química* (pensemos aqui nas manipulações farmacológicas, legais e ilegais, de nosso ambiente psíquico) e *digital* (pensemos aqui nos perfis falsos, pseudônimos, avatares múltiplos), não conseguir realizar esta manipulação torna-se um problema de grandes proporções. Encontrar algum tipo de resistência ou de objeção ao princípio de que não se deve ter uma posição fixa e determinada, torna-se assim fonte de sofrimento. Por outro lado, a mutação constante e sem horizonte de conclusão entre as mais diversas modalidades de apresentação de si é também fonte de sofrimento. A máscara social do papel que devemos representar torna-se uma máscara de ferro que se infiltra em nossa face impedindo a revelação da carne que a subjaz.

Excesso de experiências improdutivas de determinação

Uma forma de descrever este paradoxo na transformação de nossas formas de sofrer é dizer que passamos de uma situação onde atribuímos e narrávamos nosso sofrimento segundo a hipótese de que ele é causado pelo excesso de experiências improdutivas de determinação. Ou seja, sofremos porque nossa identidade está demasiadamente regulada por experiência de determinação,

ligadas à nossa origem familiar, a nossa formação cultural, aos nossos horizontes de satisfação e de identidade de gênero. Pode-se dizer que isso cria uma grande metáfora da fluidez ou da vida em estado líquido⁵, vale dizer, sem forma determinada. Esta é a maneira tipicamente liberal de retratar o sofrimento. Ele é um obstáculo, um problema para nossa produtividade no trabalho. Aquele que adoece deve ser cuidado para retornar mais cedo possível para sua posição laboral. Aquele que possui desvantagens debilitantes ou vulnerabilidades sociais deve ser apoiado de tal forma a encontrar sua posição de equidade e competitividade. As desvantagens históricas devem ser compensadas por política compensatórias. Neste sentido o sofrimento é uma parte negativa de nossa identidade, que deve ser encarado como parte do obstáculo a ser superado para nos tonarmos o que somos. Sofremos com o excesso de normas, de regras, de restrições que impedem a realização de nosso potencial desejante, expressivo e laboral. Tais regulações foram introduzidas para assegurar um ambiente de equidade e justiça, no entanto, passam a ser percebidas como um excesso, como uma limitação ao livre-mercado, à livre expressão de si e ao livre exercício do desejo.

A retórica do excesso torna-se assim um consenso diagnóstico. Trabalhamos demais, poluímos demais, consumimos demais, esperamos demais de nossos ideais, aceleramos nossas expectativas de desempenho a níveis inhumanos. É nesta paisagem que a depressão se torna uma epidemia mundial. A segunda maior causa de afastamento do trabalho em menos de 10 anos, a fonte e origem da epidemia de suicídios no trabalho e entre jovens. A depressão é o sintoma que denuncia uma espécie de resistência a uma forma de vida baseada na intensificação da produção⁶. No entanto a experiência que envolve este excesso de produção é sentida, ela mesma como improdutivo. Uma vida baseada em métricas e resultados tende a menosprezar os processos e os caminhos pelas quais ela se realiza. Os meios que tornam uma vida feliz são os obstáculos que ela enfrenta e resolve, os conflitos que ela incorpora, as histórias que ela torna possíveis de serem contadas. A contradição, neste caso, é que uma vida baseada no excesso de produção e de resultados aparece, retrospectivamente, para seus atores e agentes, como desinteressante. Se o último capítulo é tudo o que vale, temos apenas uma história mais curta para contar e ela mesma torna-se reciclável e efêmera. Isso torna epidêmico o tédio, a apatia e o sentimento de irrelevância. Se tudo o que importa são os resultados nossa gramática de reconhecimento acentua o fato de que somos substituíveis. Somos trocáveis por outrem que desempenhará, necessariamente, nosso papel de maneira mais eficaz e mais produtiva, em termos de acumulação de valor. No entanto, para aquele que se sente reciclado por gerações mais jovens que desempenham melhor e mais rápido o seu papel o sentimento de que sofremos com o excesso de experiências improdutivo de determinação será tônico.

Identities que devemos se acostumar à flexibilidade desejante, discursiva e laboral tendem a sofrer com o sentimento de esvaziamento de si. Aderidas a uma gramática que valoriza, sobretudo, a distinção e a singularidade elas tendem a não perceber o vazio relacional e o decréscimo de relações orgânicas coletivas com um problema. No entanto, quando desviam-se da rota de aceleração narcísica resta-lhes a experiência de solidão e o déficit de intimidade⁷.

A disciplina, o método de vida, a ordem escolhida para alcançar o sucesso torna-se agora uma camisa de força que leva o cavaleiro a reconhecer-se como uma armadura vazia. Construindo um laço de fidelidade com a empresa na qual trabalha ele se sentirá traído quando esta o despender por contingências alheias ao seu desempenho individual. Do ponto de vista do consumo este sujeito se orientará menos para a aquisição de objetos que são distintivos de sua posição social ou de sua fidelidade institucional e mais para a acumulação do que pode ser um antídoto ao seu sentimento de falta de propósito e de errância. Por isso as narrativas de marketing orientam-se para a valorização do consumo como experiência, como entrada em um mundo de acesso restrito, como produção de uma diferença relevante e autêntica do que para a mera consumação de uma diferença social marcada pela classe.

Contudo, ainda assim, a gramática de produção e de reconhecimento desta forma de subjetividade, característica das gerações nascidas antes de 1995, está orientada pela experiência simbólica da determinação. A força de vontade, a orientação para a realização dos desejos e a retórica do triunfo baseia-se no enigma sobre a quantidade e a qualidade da determinação necessária para realizar objetivos, sonhos e desejos. Daí que a terapêutica fundamental esteja ligada à recuperação de determinação simbólica de nossos ideais, a restauração de nossa ligação com uma história que confere relevância e pertinência ao nosso desejo.

Déficit de experiências produtivas de indeterminação

A transição fundamental, em curso na geração Z, representada pelos nativos digitais, está ligada a um certo esgotamento desta maneira hegemônica de interpretar o sofrimento e de produzir experiências de felicidade. O investimento determinado e contínuo em uma carreira, uma profissão, um ciclo de estudos não está mais seguramente garantido por uma posição final e segurança ou de realização. A ideia básica de que a determinação é a chave da realização e si é posta em questão uma vez que existem outras contingências, que ultrapassam o esforço individual que parecem cada vez mais claras aos participantes do jogo social. Atividades inteiras como a fotografia, a publicidade, assim como o operariado qualificado, como um torneiro mecânico ou um fresador, desaparecem. Carreiras muito bem planejadas são interrompidas por uma modificação no planejamento global de uma empresa, implicando, por exemplo, o transporte de uma planta de produção para uma região remota da Ásia ou a mera desativação do negócio face à financeirização da produção. Na média que as empresas não conseguem manter seu compromisso de fidelidade e segurança, baseada na contrapartida da excelência, os empregados começam a responder com uma atitude predatória. Os altos salários começam a ser ponderados contra melhores condições de trabalho. O ambiente de lazer e a

⁵ Bauman, Z. (2015) *Modernidade e Ambivalência*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

⁶ Kehl, M.R. (2015) *O Tempo e o Cão*. São Paulo Boitempo.

⁷ Dunker, C.I.L. (2017) *Reinvenção da Intimidade*. São Paulo: Ubu.

flexibilidade tornam-se atrativos tão ou mais importante na medida em que a remuneração deixa de ser um diferenciador claro e distinto. O sistema de bônus por produtividade, com suas obscuridades e contingências, começa a nublar a perspectiva que equilibra sacrifícios com vantagens. As vagas para empregos mais qualificado começam a depender cada vez mais de indicações, networking e de afinidades subjetivas, tornando a equação do sacrifício em relação ao valor do amanhã ainda mais incerta⁸. Diz-se que isto faz a função do superego esta instância psíquica descrita por Freud como interiorização de regras e relações de autoridade, deixa de ser proibitiva e passa a ser prescritiva. Isso equivale a uma mudança de nossos ideais de realização da vertente da proibição, com relação ao prazer excessivo, para a prescrição do prazer adequado e intensificado.

No Brasil o impacto desta indeterminação generalizada parece ter sido traduzido em termos de uma insatisfação com o cenário de mobilidade social e de corrupção institucional. Começa a ficar transparente que uma parte desta indeterminação e insegurança sistêmica decorre da relação problemática entre público e privado, entre Estado e mercado.

Em meio a uma crise do sistema de determinações simbólicas a identidade assume uma função compensatória. Tudo se passa como se na impossibilidade prever ou de coordenar as modificações contingentes de minhas formas de linguagem, desejo e trabalho devo cultivar, como valor fundamental, uma identidade fluída. Estar preparado para reiniciar a carreira ou para recomeçar casamentos duas ou três vezes ao longo da vida, torna-se uma perspectiva realista em meio a um cenário de aparições e desaparecimentos de atividades profissionais e nichos de realização profissional provisórios. Também as relações desejantes devem acontecer no interior de uma espécie de bolha temporal na qual compromissos muito longos tornam-se problemáticos. A narrativa amorosa encurta-se deixando de expressar-se sob a forma de um longo romance como muitas viradas e obstáculos e passa a se apresentar como uma sequência de pequenos contos desconexos e não necessariamente ordenados. Grandes narrativas de sofrimento, que ligam nossa infância com o complexo sistema de transmissão simbólico familiar, como as que se expressam pelo conceito de neurose, são substituídas por sintomas específicos e relativamente desconexos entre si: depressão, pânico, anorexia, déficit de atenção, cutting, bipolaridade, adições. O fato de que tais transtornos aconteçam simultaneamente em uma mesma pessoa não é remetido à hipótese de que eles tenham uma causa comum, ou uma razão conexa entre si.

Encurtamento de narrativas, no amor, no trabalho e no discurso já foi considerado um dos traços distintivos da cultura pós-moderna. Assim também a congruência entre estilos e formas plásticas deixa de ser submetida a uma sequência definida podendo ocorrer em copresença.

Identities fluidas são compatíveis com uma exigência mais geral de indeterminação. Contudo a indeterminação pode assumir várias faces: a do futuro aberto e não delimitado, livre, portanto, mas também do futuro incerto e sem previsibilidade, perigoso, portanto. Torna-se uma questão crucial para um

mundo que suspende a relação entre meios e fins e entre sujeitos e alteridades constitutivas, saber quais são as indeterminações produtivas, que criam novas formas de vida singulares e auto-realizadoras, e quais são as modalidades de indeterminação que são improdutivas, que geram apenas errância e incerteza sem acumular experiência ou valor para o conjunto de uma forma de vida. Muitas experiências de indeterminação são oferecidas, em formatos os mais variados: mais de 70 tipos de gêneros, inclusive o “não gênero”, experiências psicodélica são revividas dos anos 1960, tipos regressivos como *hipsters*⁹, *indies*¹⁰, *agro boys*¹¹, *veganos*¹², *alternas*¹³, *playbas*¹⁴, *geeks*¹⁵, *fitness*, *hiki komories*¹⁶, *lekes zikas*¹⁷, *otakos*¹⁸, *junkies*¹⁹, *jovens nem nems*²⁰, convivem com pais helicópteros, haters e gêneros trans, binários e não binários.

Os *pós-íronicos* e os *pré-sinceros* são exemplos mais radicais de como é possível manter uma identidade baseada na recusa de uma posição identitária. Isso é diferente da atitude contestatória, como a geração X, que se colocavam contrários a uma ordem instituída. Para o tipo de contestação, tradicionalmente associada com a juventude, desde o romantismo do século XIX até os jovens libertários franceses de 1968, supõe-se um movimento reativo contra a ordem instituída, mas que procura direta ou indiretamente criar uma nova ordem. Para a geração digital trata-se de uma indeterminação que não é mudança de determinações simbólicas, mas a suposição de que sua opinião e sua atitude são muito valiosa, portanto a indeterminação, o adiamento de uma tomada de posição torna-se um valor em si mesmo. Daí a importância da auto-definição e da auto-declaração como critérios de reconhecimento mais do que o desejo de ser reconhecido pelos critérios e pelos termos do outro.

Em meio a uma grande profusão de formas de vida definidas pela indeterminação torna-se crucial o reconhecimento de que qual dentre elas constituem realmente experiências produtivas de indeterminação e quais são apenas negações assistemáticas das tradicionais determinações simbólicas de formas de vida tradicionais.

O sofrimento por déficit de experiências produtivas de indeterminação pode aparecer em modalidades indiscerníveis de estranhamento com o próprio

⁹ Pessoas que cultivam uma atitude de contra-cultura, incluindo gostos musicais exclusivos, misturando signos de pertinências culturais distintas ao modo de um caldeirão (*melting-pot*), possivelmente jovens brancos de classe média que procuravam imitar o estilo dos músicos de jazz nos anos pós-guerra.

¹⁰ Diminutivo de “Independent”, pessoas que se apresentam como realizadores não institucionalizados e cultivam a originalidade e autenticidade.

¹¹ Jovens que praticam uma forma de vida baseada em baixo consumo, auto-subsistência e ligação com a natureza.

¹² Pessoas que não consomem alimentos de origem animal, por motivos estéticos, políticos ou morais.

¹³ Alternativos: pessoas que praticam modos de vestir-se e alimentar-se que contrariam os consensos supostos e recomendados.

¹⁴ Playboys, pessoas que dedicam-se a estilos de consumo qualificado, ostentação de signos de luxo e de pertinência de classe.

¹⁵ Aficionados por séries e vídeo-games capazes de integrar em suas vidas crenças e práticas dos personagens que admiram, ao modo de *cos-plays* (imitadores que se vestem como personagens).

¹⁶ Jovens japoneses que praticam uma forma de vida recolhida, sem muito contato com estrangeiros e alheios aos ideais dominantes.

¹⁷ Jovens que cultivam o estilo funk na periferia das grandes metrópoles brasileiras.

¹⁸ Jovens que se afinizam com estilos orientais de vida e de consumo.

¹⁹ Consumidores de drogas.

²⁰ Jovens que não trabalham nem estudam ou tem qualquer delineamento auto-declarado para suas vidas.

corpo, com as expectativas sociais ou com seus papéis codificados. Papéis sociais fluidos, identidades flexíveis, promessas de renovação indefinida de carreiras, de modalidade de amor ou de desejo tornam-se assim prisioneiras de uma vida em permanente adiamento e indefinição. A expectativa de que o início de um percurso de engajamento, profissional, desejante ou discursivo torne-se assim não apenas uma preparação, mas uma forma de vida permanente. O prolongamento da adolescência, o retorno a práticas juvenis (adultescentes), assim como a terceira idade produtiva são formas de vida marcadas pelo adiamento de compromissos e apostas de médio prazo. Elas criam uma forma de vida que não é mais a recusa reativa de determinações simbólicas pré-constituídas, mas assunção ativa da indeterminação como meio de vida.

A ideia de que em outra paisagem em outra cultura, ou subcultura uma nova vida é possível é uma das narrativas mais comuns do sofrimento por déficit de experiências produtivas de indeterminação. Começar de novo, começar em uma nova língua, em uma nova cultura é a promessa de que é possível despir-se das atribuições e descaminhos que inviabilizaram certa forma de vida. Tornar-se outro, como o bovarismo inspirado pela esposa que sonhava com um novo amor, generalizou-se como uma espécie de normalopatia.

A crise desta forma de sofrimento frequentemente é vivida como aparição inesperada de uma determinação simbólica ou real. Uma mulher que adia sua decisão sobre tornar-se ou não mãe pode ser surpreendida pela chegada de uma idade limite na qual a sua decisão e a renovação do estado de alternativas possíveis torna-se irrealizável. Este momento é vivido com intensa e disruptiva angústia, não apenas como uma dificuldade conflitiva, mas como o fracasso de uma determinada forma de vida.

Saber onde estão tais experiências produtivas de indeterminação, como produzi-las, artificial ou naturalmente, constituem os enigmas contemporâneos sobre a contingência de nossas identidades, o ponto no qual nossos corpos resistem a plasticidade indefinida de formas, o momento no qual nosso desejo resiste a se renovar, o momento no qual a indeterminação revela-se como liberdade positiva e real.

Referências

- Bauman, Z. *Modernidade e Ambivalência*. 2015. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Bourdieu, P. *A Distinção*. 2006. São Paulo: Edusp.
- Dunker, C.I.L. *Mal-Estar, Sofrimento e Sintoma*. 2015. São Paulo: Boitempo.
- Dunker, C.I.L. *Reinvenção da Intimidade*. 2017. São Paulo: Ubu.
- Kehl, M.R. *O Tempo e o Cão*. 2015. São Paulo: Boitempo.
- Safatle, V. *Circuitos do Afeto*. 2016. Belo Horizonte: Autêntica.
- Souza, J. *Os Batalhadores Brasileiros*. 2010. Belo Horizonte: UFMG.

8. Estar bem na sexuação

História da sexualidade psicanalítica

Foi principalmente, no *Manual de sexologia normal e patológica* (1933) do doutor francês Pierre Hesnard, fundador da Sociedade de Psicanalise de Paris e sexólogo, onde afirma que Sigmund Freud, Havelock Ellis e Ramón Marañón seriam os fundadores da sexologia. Este livro gerou a confusão na França ao aproximar Freud aos sexólogos de sua época, como se concordassem com tudo. Este e outros erros similares levaram os atuais estudiosos a ter uma visão de que a psicanalise é preconceituosa.

Mas, de fato, muito antes dos *Três ensaios sobre a teoria da sexualidade* (1905), Freud já estava atento ao valor da bissexualidade inerente ao ser humano e suas consequências na sexualidade da espécie. A aproximação de Freud à ideia de bissexualidade se deu principalmente por causa de Wilhelm Fliess. Depois, Freud refutou a concepção da bissexualidade de Fliess, por este acreditar uma correspondência entre uma bissexualidade biológica e psíquica. Para Freud, em 1905, a bissexualidade psíquica e biológica não teria correspondência biunívoca. No entanto, mais tarde volta a questionar isso, e, por fim, em *Análise terminável e interminável*, termina afirmando que não se corresponderiam.

Podemos usar essa longa pesquisa feita por Freud para mostrar como ele não tinha uma maneira inteiramente linear na construção da sua teoria. É notório que a riqueza de seu método para definir os conceitos se deu por movimentos de ida e volta, de afirmações e negações que podem se dizer dialéticos. Assim sendo, o pesquisador que pinçar uma afirmação ou negação sem contextualizar ao longo do seu ensino, perderia o essencial.

Contrariamente a seus colegas, Havelock Ellis e Krafft-Ebing, Freud recusou a ideia destes de que a sexualidade seria despertada por um instinto sexual na puberdade e vetorizado para a reprodução, assim a definindo como norma sexual; daí que, qualquer ato sexual que saísse dessa finalidade era diagnosticado como aberração psicosssexual, anomalia funcional ou perversão do instinto. A masturbação, a homossexualidade, a bissexualidade entre outros, eram exemplos disso, entendidos como causados por fatores acidentais ou por degenerescência nervosa, determinada biologicamente e congenitamente.

Em desacordo a eles Freud afirmava que a sexualidade é ampliada, associando a sexualidade infantil perversa polimorfa, à sexualidade normal e às perversões sexuais dos adultos, rejeitando a ideia de instinto genital e de norma sexual. Esse momento da teoria psicanalítica é essencial para esclarecer o quão importante a psicanalise

foi para a aceitação das diferenças. Basicamente, foi a psicanálise a responsável por hoje termos essa possibilidade de aceitarmos a sexualidade normal como ampliada se contrapondo a uma norma pré-fixada por uma ideologia.

Esses autores cunharam os termos desvios, degenerescências, aberrações sexuais fazendo uma correspondência à psicopatologia, rotulando tais categorias de doenças mentais. Mas Freud demonstrou que é injustificável fazer uma correspondência biunívoca entre as diversas práticas sexuais e a psicopatologia, ao mesmo tempo que demonstra que a sexualidade não se inicia na puberdade e sim desde o nascimento. A esse respeito. Ele esclareceu que a sexualidade humana não é contínua em todos os seus aspectos; nos melhores dos casos, várias pulsões sexuais da infância entrariam em latência por volta dos 3 anos e meio, para ser reativadas na entrada da puberdade. A esse desenvolvimento sexual chamou de bifásico. Entretanto, Freud demonstra que a primeira fase sofre a ação do recalque resultando numa amnesia, principalmente em tudo que está ligado à sexualidade precoce cairá no esquecimento para ser varrido da consciência.

Desta feita, nos lembramos de poucas coisas, as vezes um flash, um acontecimento etc; raramente nos lembramos do desfralde, do desmame, do aniversário de 2 anos e meio e, em especial, das questões lógicas relativas à percepção da diferença sexual e do quanto nos impactou tal vivência. Essa amnesia é uma das responsáveis pela dificuldade que o ser humano teve, durante milhões de anos, de reconhecer que as crianças tinham sexo. Certamente, isso não seria possível sem o método psicanalítico que promove um levantamento deste recalque, propiciando trazer lembranças de acontecimentos, por meio dos representantes da re apresentação da pulsão, favorecendo assim a vivência afetiva ligada à pulsão correspondente ao recalque, que teria sido desligada do representante, atuando-a na transferência em forma de catarse, para poder vivenciá-la sem repressão.

Sem dúvidas, seria impossível afora do método psicanalítico construir a teoria da sexualidade infantil, tal e qual Freud a desvelou. Isso explica as dificuldades que os outros pesquisadores de outras áreas têm para entender com profundidade as causas da sexualidade humana. Em virtude disso, deixam de lado todas essas determinantes da orientação da libido e se limitam a desenvolver teorias sexuais e/ou de gênero apoiados no desempenho do comportamento de falar, num tempo imediato do aqui e agora, ou no desempenho do comportamento sexual até onde a imaginação do ser humano puder criar diferentes desempenhos sexuais.

Torna-se justificável a proposta de uma fluidez infinita para certos estudiosos na medida em que suas noções a respeito da vida sexual são do campo do comportamento, o que dificulta um diálogo com a psicanálise que está no campo da linguagem, como Alain Badiou e Slavoj Žižek reconhecem numa conferência no youtube, afirmando que dois campos distintos não dialogam, e dão o exemplo de Judith Butler e os Modernos, incluso Lacan que aprumou a psicanálise no campo da linguagem.

A ideia de fluidez não é tão alheia à sexualidade ampliada de Freud. Para o último, a bissexualidade é inerente a todo o ser humano, independe da estrutura clínica. Ela irá se manifestar desde o nascimento e se infiltrará de diversas maneiras na vida do ser humano; as amizades, os trabalhos, a vida comunitária, a vida sexual,

no amor, nas guerras etc. Nunca deixaremos de ter uma diversidade de tendências a nossa disposição. Nossos sonhos, atos falhos, esquecimentos e sintomas são as provas de que temos uma sexualidade ampliada e muito diversa. Nos sonhos podem-se manifestar a bissexualidade, a homossexualidade, o voyeurismo, o sadismo, o masoquismo, o exibicionismo, a transsexualidade, a intersexualidade, e tantas outras que ainda a imaginação poderá alcançar.

Por outro lado, a possibilidade de fluidez se vivencia nas formações do inconsciente através da capacidade imaginativa do registro do imaginário. Porém, não é tudo o que podemos imaginar que faz parte de nosso fantasma fundamental. As possibilidades da imaginação produzidas pelo imaginário são infinitas e não tem limites. No entanto, a face imaginária do fantasma fundamental que nos dá a nossa posição subjetiva é limitada pelo objeto de gozo, pelas leis que relacionam o sujeito ao seu objeto de gozo, num total de cinco. A partir disso, podemos diferenciar a fluidez infinita que faz parte da imaginação e a fluidez de uma sexualidade ampliada que age sobre o corpo a partir de leis que cernem e organizam as pulsões no corpo. Parafraçando Freud – *o Eu é a parte organizado do Isso*. Esse Eu muito distinto de um suposto eu da auto-percepção, que pode estar muito invadido pela imaginação ilimitada, sempre com o risco de ficar à deriva ou de se deixar infiltrar as nomeações vindas do gozo do Outro.

Tal organização da libido não se justifica a partir de normas sociais, como alguns estudiosos acusam Freud. Este deduz, a partir de sua experiência clínica com a histeria, que o corpo não funciona só através do princípio do prazer, ou seja, procurando sempre apenas o prazer. Ele percebeu que o corpo pode apresentar desorganizações, onde um órgão pode ser tomado no lugar de outro; por exemplo, um braço no lugar do órgão genital, como uma espécie de transbordamento pulsional, onde o impedimento da satisfação do gozo de um órgão se desloca para outro, resultante da pulsão de morte.

Outrossim, essa desorganização do corpo é o reflexo de uma desorganização do Eu que pode acarretar em graves doenças e limitações na vida, daí a importância do limite ao gozo. Tal desorganização decorre da não aceitação dos limites impostos pelo complexo de castração referentes ao desejo incestuoso. Freud percebe que para haver essa organização era necessário renunciar a esse desejo incestuoso, aceitando interdição veiculada pelo Édipo. Vejamos como Freud defini o Eu: *O Eu é, primeiro e acima de tudo, um Eu corporal; não é simplesmente uma entidade de uma superfície, mas é, ele próprio, a projeção de uma superfície. ... o Eu em última análise deriva das sensações corporais, principalmente das que se originam da superfície do corpo...*

Ademais, o complexo de Édipo desvendado por Freud não tem nenhum caráter patriarcal, no sentido de que o pai, sendo um homem, cisgênero, seria o chefe da família, impondo as suas normas machistas e heteronormativas. Essas acusações são, no mínimo, infundadas, revelam desconhecimento da teoria, falta de análise ou um forjamento conceitual proposital para desconfigurar a psicanálise. Freud, ao tratar da questão da resolução do complexo de Édipo, irá dizer explicitamente que se pode ter o arranjo do menino de identificar com o pai e fazer uma eleição objetal pela mãe, ou o inverso. Freud nunca dissera que a única possibilidade é a identificação com o mesmo sexo, para daí concluir que a proposta de sua teoria basear-se-ia na

heteronormatividade. Algo semelhante ocorreu, tempos atrás, quando acusavam a psicanálise de construir o seu modelo teórico apenas na versão masculina presa ao machismo, subtraindo os inúmeros desenvolvimentos teóricos a respeito da sexualidade feminina.

Lacan

Indo ao encontro de Freud, o ensino de Jacques Lacan é marcado por um esclarecimento bastante complexo com relação a sexualidade humana, notadamente em relação à feminilidade e à mulher, assim como à masculinidade e ao homem, à bissexualidade, à homossexualidade e aos trans. Frases como essas são sua marca registrada: *O homem não goza do corpo da mulher, pois do que ele goza é do seu órgão; O homem, para encontrar o corpo da mulher, tem que gozar enquanto mulher e desejar enquanto homem; Todo aquele que ama as mulheres é heterossexual, incluso as mulheres; Deus é a mulher feita não toda; Homem e mulher são semblantes; sintomaele, sintomaela; A relação sexual não existe; A Mulher não existe; perversion: pai-versão, as versões do pai e etc...* demonstram que a sexualidade para Lacan não se apoiava na morfologia, tampouco num preconceito advindo de uma possível heteronormatividade. Tais frases são fórmulas deduzidas a partir da lógica matemática e do intuicionismo, ramo da matemática que estuda a topologia geral e a topologia dos nós borromeanos, entre outras coisas. Contudo, essas duas bases matemáticas são apoiadas e aplicadas na linguística estrutural que compreende o sujeito enquanto algo que não é representável, algo que está perdido para dentro da estrutura da linguagem, causando o efeito de que o objeto jamais encontrará uma representação que retrate absolutamente sua identidade sem nenhuma perda entre o objeto e a representação. Serão com essas bases que irá passar da definição, *o inconsciente é o discurso do Outro, para a definição, o inconsciente é estruturado como uma linguagem.*

Tal concepção da linguística era amplamente utilizada por seus interlocutores contemporâneos franceses, esse grupo que foi denominado de os Modernos. Escrevi um capítulo sobre essas diferenças, notadamente sobre o desfiguramento e o erro crasso que os críticos à psicanálise fazem no uso do conceito de falo (MARINI MARIOTTO, 2018). O leitor poderá encontrar com maiores detalhes a diferença sobre o campo da psicanálise que é o da linguagem falada e o campo dos estudos de gênero, que é o da fala como comportamento de falar ou, ainda, o comportamento corporal, desempenho e performatividade, campos que mostram visões muito distintas e até mesmo antagônicas (KARDOUS 2023).

A causalidade do corpo

Para Freud, o corpo é causado pelas sucessivas perdas de objetos que o marcam por orifícios circunscritos pelos cortes dos objetos da pulsão específicos, nos orifícios que deixam uma superfície inscrita, superfície esta que será a fonte das excitações corporais que poderão dar lugar à origem dos sintomas, assim como, à origem da orientação da libido, que terá como meta investir em seu objeto de atração reconhecido por esta no outro e assim se satisfazer. Freud chamou de zonas erógenas cada um desses orifícios, a boca, o ânus, a glândula ou clitóris, o olho e o ouvido. Cada zona erógena tem seu objeto da pulsão correlato, mamilo, fezes, pênis, o olhar e a voz. Portanto, o corpo será a experiência erógena de excitabilidade e satisfação de cada indivíduo.

Freud irá traçar uma linha de desenvolvimento chamada de fases, onde o sentido e organização destas só será dado retroativamente a partir da fase fálica que irá incidir o complexo de castração para instaurar a Lei universal da proibição do incesto. Para a psicanálise, o complexo de Édipo não é o único mito que pode veicular a proibição do incesto, por isso Lacan dirá que não é tão complexo assim, propondo o significante do Nome do Pai como um outro termo no lugar de complexo de Édipo, mas que não significa de que tenha caducado. E vemos com isso o engano de Gilles Deleuze e Felix Guattari ao afirmar que Freud afirmou que o mito de Édipo era universal; porém, o que Freud colocou como universal é a Lei da proibição do incesto e não o Édipo.

Então, temos que a causação do corpo dependerá do que acontecer no complexo de castração que se dá na fase fálica. Entretanto, as experiências de perdas no desmame, no desfralde, terão grande influência na aceitação da interdição do incesto, criando as bases para o que posteriormente seriam definidas como estruturas clínicas, assim como a orientação da libido, ou seja, a identificações e eleição objetual como já foi descrito (MENA 2021).

É com surpresa que ouvi, aqui no Brasil, Laurie Laufer, psicanalista e professora da **Université Paris 7**, no I colóquio Psicanálise, gênero e feminismo: perspectivas 2017, dizer que a psicanálise oferece um modelo simplista sobre a sexualidade, uma vez que tudo se resumiria à binaridade da bissexualidade. É uma pena, pois isso demonstra a confusão de bissexualidade com binaridade macho-fêmea, e não alcança que entre o homem e a mulher há a castração como um elemento neutro que não permite predicar absolutamente nem o que é o homem, nem o que é a mulher; daí Lacan dizer que homem e mulher são semblantes.

Esse elemento neutro não é nem um nem outro, caracteriza-se por ser um opaco de sentido, ou ainda, um fora do sentido dentro do próprio sentido. Esse elemento opaco de sentido que funciona como algo que escapa à garantia de sentido foi amplamente trabalhado no círculo francês dos Modernos como um terceiro elemento entre o masculino e o feminino; um exemplo disso foi o Neutro de Barthes em seu livro *O grau Zero*, inspirado em Viggo Brondal. Barthes afirma que o Neutro é o terceiro que age para não dar uma consistência binária entre o masculino e o feminino na linguagem, e não para eliminar o masculino e

o feminino dos idiomas, diferentemente do *neutral dos movimentos Queer* e dos estudos de gênero, que acham que mudando o significado dos artigos masculinos e femininos para neutros, irão mudar a significação do preconceito social e, com isso, fabricar corpos sem o prejuízo gerado por uma suposta binaridade heteronormativa.

Lacan nos presenteia com esse poema de Antoine Tudal, que mostra sua posição ternária frente aos pares de opostos binários próprios do funcionamento da linguagem:

*Entre o homem e o amor,
Existe a mulher.
Entre o homem e a mulher
Existe o mundo.
Entre o homem e o mundo,
Existe um muro.*

O Neutro de Barthes da linguagem na literatura aponta para o complexo de castração de Freud que são usados por Lacan para definir a função fálica, diferente do significante fálico e do falo como significado. A função fálica corresponde ao efeito de um corte na pretensão de obter um gozo totalizante, o gozo do Outro, do pai da horda primitiva, que uniria o corpo à linguagem sem equívocos nem tampouco perdas. Tal renúncia ao gozo do Outro inscreve essa perda no corpo e na linguagem, e assim o tal gozo é substituído por um gozo que irá tramitar pelos desfiladeiros dos significantes e pelo corpo; doravante a ser causado pelo Real da pulsão dando o sentido aos Uns das pulsões parciais, o Um oral, o Um anal, o Um olhar, o Um da voz e o Um fálico, que permanecerão enquanto Uns pulsionais do corpo causados pelo Real e não do Simbólico, esses Uns se manifestarão através da satisfação de cada Um, separado dos demais Uns das outras pulsões parciais.

Sugiro, por minha conta e risco, que quando Freud fala que a anatomia era o destino, se referia ao circuito da pulsão, que os Uns das pulsões parciais do corpo fossem satisfeitos. O processo de satisfação decorre da pulsão, que é um circuito estruturado por quatro termos, a fonte (zona erógena), o impulso (intencionalidade), o objeto e o objetivo (satisfação/prazer). Quando há um desprazer na fonte, ou seja, na zona erógena, então é ativado um impulso que tem a intencionalidade de buscar o objeto da pulsão correspondente a essa fonte para aliviar o desprazer inicial; tal alívio é sentido como satisfação e prazer.

Lacan tropeça, em certos momentos, com essa fórmula a anatomia é o destino, que diz respeito à pulsão, ao assimilá-la a uma suposta morfologia orgânica da diferença sexual; isso deu margem a criticarem Freud e acusá-lo de biologizante, binário e heteronormativo. Contudo, Lacan reconhece, na aula do seminário 11 de 15 de março de 1963, que cometeu esse erro e injustiça com Freud: *Freud nos disse que a anatomia é o destino. Vocês sabem que, em certos momentos, ergui-me contra essa formulação, pelo que ela pode ter de incompleto.*

Mas ela se torna verdadeira se atribuirmos ao termo “anatomia” seu sentido estrito e, digamos, etimológico, que valoriza ana-tomia, a função de corte. Tudo o que sabemos de anatomia está ligado, de fato, à dissecação. O destino, isto é, a relação do homem com essa função chamada desejo, só adquire toda a sua animação na medida que é concebível o despedaçamento do próprio corpo, esse corte que é o lugar dos momentos de eleição de seu funcionamento.

...A separição (sépartition) – não separação, mas divisão por dentro –, eis o que está inscrito desde a origem, e desde o nível da pulsão oral, no que será a estruturação do desejo.

Dando sequência, a essa linha de raciocínio a respeito da fórmula A anatomia é o destino, no seminário 14 A lógica do fantasma, na aula de 10 de Maio de 1967, Lacan volta a usar e afirmar que o inconsciente é a política: ...que si Freud a écrit quelque part que « *l'anatomie c'est le destin* », il y a peut-être un moment où, quand on sera revenu à une saine perception de ce que Freud nous a découvert, on dira - je ne dis même pas que « *la politique c'est l'inconscient* » - mais, tout simplement : *l'inconscient c'est la politique !*

Je veux dire que ce qui lie les hommes entre eux, ce qui les oppose, est précisément à motiver de ce dont nous essayons pour l'instant d'articuler la logique... Tradução feita por mim: ...que se Freud escreveu em algum lugar que 'a anatomia é o destino', pode haver um momento em que, quando tivermos retornado a uma sã percepção do que Freud nos descobriu, diremos – nem estou dizendo que 'a política é o inconsciente' – mas, muito simplesmente: *o inconsciente é a política!*

Quero dizer que o que une os homens, o que se opõe a eles, é precisamente motivar o que estamos tentando no momento articular à lógica. Esta passagem remete justamente ao que é estruturado como inconsciente a partir de algo que é rejeitado do campo da linguagem e do corpo. O corpo ressignificado logicamente.

Voltarei um pouco no tempo, seis anos antes, no seminário A relação de objeto, na aula de 22 de maio de 1957, para verificarmos a pertinência da fórmula A anatomia é o destino desde do caso clínico de Hans, revisto por Lacan segundo esta fórmula: *As calcinhas estão ali, em seus detalhes cuidados e minuciosamente elaborados, a calcinha amarela e a calcinha preta. A calça é dizem-nos, uma reforma ousada, uma novidade usada pelas mulheres que andam de bicicleta. Sabemos, com efeito, que a mãe de Hans está na vanguarda do progresso. A mãe, vamos reencontrá-la, e alguns trechos judiciosos de lindas comédias de Apollinaire, em particular As mamas de Tirésias, vão nos ajudar a descrevê-la melhor. Como se diz no drama admirável,*

*Elas são tudo que nós somos
E, no entanto, não são homens.*

Aí está, realmente, todo o drama. Foi daí que tudo partiu desde o início. Não se trata, simplesmente, do fato de que a mãe do pequeno Hans seja mais ou menos feminista, trata-se da verdade fundamental inscrita nos versos que acabo de citar. Freud jamais dissimulou o seu valor decisivo, já que nos recorda a frase de Napoleão segundo a qual a anatomia é o destino. É disso, realmente, que se trata, e é isso mesmo que lemos quando o pequeno Hans articula o que tem a dizer. As perguntas exaltadas do pai o interrompem o tempo todo, o que torna difícil crivar as respostas, mas Freud o faz e nos diz o que é o essencial.

O que se vê de maias claro aí é que existem duas etapas sob as quais o pequeno Hans reconhece e diferencia as calças. Mas isso se projeta sobre a sua dualidade de maneira confusa, como se cada uma pudesse, num certo momento, preencher mais de uma das funções da outra. O essencial é o seguinte: as calças em si mesmas estão ligadas para Hans a uma reação de repulsa. Mais que isso, o pequeno Hans pediu que se escrevesse a Freud, dizendo que quando viu as calças, ele havia cuspidido, caído no chão e depois fechara os olhos. É por causa desta reação que a escolha (eleição em alemão) está feita: o pequeno Hans jamais será um fetichista.

Se ele houvesse reconhecido, ao contrário, essas calças como seu objeto, este falo misterioso que jamais ninguém verá, ficaria satisfeito com elas, e se teria tornado fetichista, mas como o destino quis outra coisa, o pequeno Hans fica repugnado pelas calças.

Só que ele explica que, quando a mãe a usa, a coisa é outra. Aí elas não são mais repugnantes, em absoluto. Aí está toda a diferença. Ali onde elas se poderiam oferecer a ele como objeto, quando as calças estão lá em si mesmas ele as rejeita. Elas só conservam sua virtude, se podemos assim dizer, estando em função, ali onde ele pode continuar a sustentar o engodo do falo. Ali está o nervo que nos permite apreender a experiência.

Nesse extrato de caso clínico vemos como Hans precisa deduzir logicamente a diferença sexual que o corpo pode dar a ver a uma criança de cinco anos. Com esta dedução lógica pôde manter o asco e a atração ao mesmo tempo, porém, direcionando a atração para o sexo feminino e o asco para o sexo masculino de outrem. O que se confere é que Freud não seguia a linha do preconceito heteronormativo binário, explicando a Hans que ele é homem por que tem pênis. Freud introduz na diferença sexual binária de Hans o complexo de Édipo que funciona como terceiro, denunciando a ternariedade na binariedade. Desta feita, desfaz o sintoma ao introduzir o pai como terceiro, na medida que é o agente complexo da castração. Com isso promove a entrada na sexualidade, transformando a perda para Hans em algo sexual, através do Édipo, cuja função é veicular o complexo de castração.

Destarte, o corpo sendo causado pelos cortes desses objetos causa, ao mesmo tempo, cortes correspondentes na linguagem; esse duplo corte é o que nos autoriza a dizer que Freud introduziu uma revolução no humano ao descobrir o duplo corte epistemo-somático, onde o Eu fica dividido com a perda do objeto e se diferencia e, em simultâneo, se liga ao corpo também cortado de seu

objeto. A esse duplo corte Lacan chamou de sujeito. O sujeito, para a psicanálise, é o próprio corte da cadeia significante que intenta representar o objeto. O sujeito é diametralmente antagônico a um Eu que se autopercebe. Tampouco, o sujeito não corresponde à pessoa, ao indivíduo; assim sendo, é absolutamente errôneo confundi-lo com o sujeito da democracia, o sujeito do feminino, o sujeito do capitalismo ou o sujeito cartesiano.

Tal corte epistemo-somático vai ser cuidadosamente mostrado por Lacan não só através da lógica matemática que abordamos aqui, mas principalmente pela topologia dos objetos e dos nós borromeanos, para apenas citar, deixando para outra ocasião o desenvolvimento e implicações clínicas de tais mostrações. Podemos apreender que o corpo não é um saco vazio. Por princípio da topologia psicanalítica dos objetos, o corpo é uma banda de Moebius. O objeto oral com o seu corte específico é mostrado pela *asfera*, com o pequeno a do objeto pulsional oral perdido à frente, ao invés de esfera. O objeto anal será mostrado no Toro, o objeto olhar no Cross-cap; o objeto voz na garrafa de Klein.

Concluindo

A psicanálise trabalha o corpo falado pelo analisante, e a expressão máxima disso é o seu uso no divã. O trabalho com a fala opera e faz a cirurgia esperada da castração simbólica. Diametralmente opostas são as propostas dos estudos de gênero que incentivam manipulações sobre o corpo, sobre o comportamento, incluso em crianças próximas a puberdade afim de prepara-las para cirurgias e/ou transformações no corpo ou da imagem corporal, no afã de sanar a angústia desses projetadas sobre a diferença sexual orgânica que não corresponde à sua auto-percepção de si. Pesquisas vem demonstrando que 88% das crianças e adolescentes mudam de ideia de trocar de sexo na idade adulta (HOLT 2020), o que levou a mudanças nas leis a esse respeito no Reino Unido e na Suécia, que postergaram para a maioridade tais intervenções aos menores de idade.

Vemos que as duas propostas têm sentidos contrários, a psicanálise vetoriza a sua ação indo da palavra falada em direção ao corpo, enquanto as teorias de gênero incentivam atuações e às vezes passagens ao ato, indo do corpo como organismo para resolver algo no imaginário, no simbólico e no real pulsional. Em diversos casos, tais demandas afirmam a binariedade biológica homem-mulher ao dizerem que *são mulheres no corpo de homem*, que resolveriam isso mudando o corpo/organismo morfológico. Ou seja, são epistemes antagônicas, com consequências bastantes importantes, já que certas ações sobre o corpo são irreversíveis, pois não se limitam a performar apenas no imaginário.

Contrariamente aos Modernos, J. L. Austin, nos Estados Unidos, desenvolvia sua concepção pragmática da linguística, que não comporta a perda concebida por aqueles, tampouco o sujeito do inconsciente de Freud e de Lacan. São apoiados na concepção pragmática de Austin que certos críticos da psicanálise se baseiam. Desta forma, é compreensível que não consigam apreender a diferença entre a visão antiga de gênero, e a tomem pragmaticamente igualando a um desempenho do comportamento da pessoa que se auto-percebe.

Erik Marty, em seu livro *Le sexe des Modernes - Pense du Neutre et theorie de genre* (MARTY 2021), nos lembra que o conceito de gênero veio do francês antigo, extraído do Latim *Genus* que significa o conjunto que contém a raça, a ascendência, a origem, a espécie e o sexo, diferente do uso feito pelos estudos de gênero.

O inconsciente estruturado como uma linguagem permite apreender a sexualidade humana a partir do que é único no ser humano, a fala. O falaser corresponde ao fato de que tudo que diz respeito ao desejo e ao gozo, incluso o gozo do corpo, é efeito da posição do falante. É enquanto falaser que a nossa sexualidade se estrutura e se manifesta. O falaser exclui qualquer possibilidade de o ser corresponder ao pensar; ou seja, não é um *penso logo sou, e sim, um falo logo existo*. É com esse aporte que a psicanálise acolhe os sofrimentos relativos a essas questões do sexo dos humanos. Desde sua origem, Freud acolhia e escutava com muito interesse o que seus pacientes falavam para além das normas sexuais de sua época. Estivesse preso às normas heteronormativas, jamais teria desenvolvido a psicanálise. Um dos exemplos disso foi o tratamento da sua paciente Marie Bonaparte, que a levou a aceitar a homossexualidade de seu marido, e inclusive entusiasmá-lo a atar o laço com seu parceiro, tornando público à sociedade e aos filhos.

O falaser compreende uma dimensão de elaboração das pulsões de vida e de morte permitindo que reduza drasticamente as atuações e as passagens ao ato. É a esse respeito que Lacan adverte que seria uma loucura resolver no corpo, na retirada do órgão, algo que poderia tramitar pela fala. Assim, a psicanálise é um exercício da palavra que promove um espaço para vivenciar, por meio da palavra, grande parte dos desejos e dos gozos extra norma, ou, se preferirem, para além da norma. Vale lembrar que foi essa abertura freudiana, nada preconceituosa, que o levou a concluir que vivemos por toda a vida com todas as tendências sexuais, que cada um as organiza à sua maneira. No quesito sexualidade, também seria uma loucura afirmarmos que somos homem, mulher, bissexual, homossexual, trans ou etc.

Assim pudemos delinear duas alteridades na psicanálise, o outro da linguagem e o do corpo. O Grande Outro do corpo é limitado pela questão do falo, enquanto que o Grande Outro da linguagem é o Outro do significante, que é um espaço aberto, ilimitado pelo não-todo do gozo feminino que limita o espaço fechado fálico. No corpo, o gozo fálico irá *ex-sistir*, esse é o caso de Hans. A diferença entre os corpos na causação do fantasma, no caso da menina, é diferente da do menino. Freud irá dizer que o fantasma se forma mais ou menos aos dois anos e meio. Podemos ver como a menina, aos quatro anos, já sabe que atrai o olhar do menino naquele ponto, o pequeno a, daquilo, que para ele e aos seus olhos, falta nela. É muito distinto da causação do fantasma do menino, que promove uma entrada fantasmagórica muito diferenciada. O fantasma age como uma janela que permitirá à criança ler a sua ligação com o outro e com o corpo enquanto outro. E, com isso, apreender que antes de mais nada o seu corpo é um instrumento de gozo.

Ao final do seu ensino, Lacan irá retomar o Imaginário, para dizer que o *corpo é o Outro*. Isso não quer dizer que tivesse caducando sua antiga noção do Outro como o tesouro dos significantes, o lugar do significante, o lugar da fala.

Todavia, a sua questão se estende a qual seria a metaforização real que afeta, qual é o real determinante do sentido sexual do corpo? Quando um analisante, num certo momento, interpreta o sentido de seu sonho de bala de fúsil na cabeça como um desejo de morte, num outro momento, terá de encontrar o real determinante do Real em jogo no conceito de bala de um fúsil na cabeça. A interpretação do sonhos tem de voltar a um tempo onde a palavra (**mot**) era concreta, conforme Freud (FREUD 1900) deduz na Interpretação dos sonhos: *...É provavelmente está alteração no procedimento psíquico normal que torna possível a catexia do sistema Pcppt na direção inversa, partindo dos pensamentos, até atingir o nível de completa vividez sensorial...chamamo-lo de regressão quando, num sonho, uma ideia é novamente transformada na imagem sensorial de que originalmente se derivou... Na regressão, a contextura dos pensamentos oníricos é reduzida à sua matéria prima.* Palavra concreta quer dizer que o corpo é a reserva metafórica última, a vividez sensorial, por ser a primeira e mais arcaica, fazendo que toda cura psicanalítica tenha que passar pelo corpo para discernir e medir as organizações mais regressivas, por exemplo, se a mãe não sentiu ou sentiu demasiadamente o bebe passar pelo seu sexo. Os estudos de Françoise Dolto demonstraram bem isso.

Finalmente, numa última palavra, o somático se inclina à ordem simbólica que determina o Real do corpo. Como ilustração disso temos a lateralidade. O ser humano é lateralizado, essa divisão direita esquerda é Real. Esse Real da lateralidade é um efeito do Simbólico que demonstra seu ato sobre o corpo. Uma vez instaurada, a lateralidade atrofia o seu lado oposto correspondente, doravante, mesmo que a pessoa aprenda a usar o lado atrofiado, ainda assim, o usará sob os moldes do lado que a ordem simbólica o inclinou, inicialmente desenvolvido no estágio de espelho.

Devemos ver que à medida que a ordem simbólica inclina a mão direita ela automaticamente atrofia a mão esquerda em suas funções, e isso ocorre também na lateralização dos olhos e na lateralização psíquica, podendo acarretar em patologias, por sugerir uma forclusão no corpo. Porém, o que é forcluído no corpo seria forcluído também na linguagem. Digamos que você tenha ficado ambidestro, então você tem duas mãos direitas, mas ao mesmo tempo a sua esquerda ficou à direita, o que quer dizer que esse corpo não se pode escrever, a linguagem não pode integrá-lo, queira ou não, é forcluído. Vemos então operar um princípio centrador e organizador de centração e isto não está dado inicialmente para a criança, é um resto que se concentra no que foi chamado de corpo fragmentado para dar conta de certas psicoses. Contudo, já podemos ver com isso que a efetuação simbólica que humaniza o corpo é também a causa desestruturante do mesmo: o que nos humaniza nos desumaniza ao mesmo tempo, eis o paradoxo.

Desta maneira, a ordem simbólica que inclina o somático tem efeitos sobre a identificação da imagem do corpo próprio, deixando um rastro opaco de saber sobre o gozo sexual, e será esse o ponto que poderá determinar o destino da pulsão e que rejeitará a não existência de um representante da representação da pulsão que a transforme em um saber. Ou seja, esse processo separa o sujeito do saber, promovendo, em certos casos, a psicose.

O princípio forcluído do saber do gozo sexual, face ao psicótico, é um affaire de centro de gravidade essencial. Isto é, um conceito ao mesmo tempo

somático e psíquico que testemunha justamente dois estados do corpo; com um sujeito psicótico, se o analista não está bem posicionado com o seu próprio centro de gravidade, poderá colocar o seu paciente em perigo. O equilíbrio aqui é o que permite localizar-se sobre o furo de que não existe um saber sobre o gozo sexual, e não naquilo que o faz desaparecer na denegação; daí a preocupação do que pode levar o psicótico a desencadear os surtos.

O não-saber sobre o gozo sexual foi a forma que Lacan teve para dizer que não existe uma norma sexual que satisfaça universalmente, que sempre haverá um mal-entendido a esse respeito; afinal, a pulsão, um conceito puramente psicanalítico, marca a sexualidade do ser humano, inclinada pela ordem simbólica que perverte o instinto animal programado pela espécie: não se trata de um Simbólico que nomeia a imaginação infinita advindo do imaginário, mas o Simbólico que impõe a diferença, porque não o dizer, a diferença sexual Real simbolicamente imaginariizada no corpo pulsional, *a-sexual*.

Referências

FREUD, Sigmund. *Interpretação dos sonhos* (1900). Edição standard brasileira das obras psicológicas completas. Rio de Janeiro: Imago, 1969.

HOLT, Alison. Trans processa clínica de saúde no Reino Unido: “Transição deveria ser mais cautelosa”. BBC News, 8 mar. 2020. Disponível em: <http://www.bbc.com>internacional/.../>. Acesso em: 20 jan.2022.

LACAN, Jacques. O Seminário, Livro 4: *A relação de objeto* [1956-1957]. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1995.

LACAN, Jacques. O Seminário, Livro 10: *A angústia* [1962-1963]. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

LACAN, Jacques. O Seminário, Livro 14: *A lógica do fantasma* [1966-1967]. Disponível em <http://www.staferla.free.fr/.../>. Acesso em: 19/03/2023.

LAUFER, Laurie. *I Colóquio Psicanálise, gênero e feminismo: perspectivas*. 25 a 27/10/2017. Instituto de Psicologia da USP - youtube. Acesso em 19/03/2023.

MENA, Luiz. *A estrutura da família humana para a psicanálise in: O Infamiliar na contemporaneidade: o que faz família hoje?* Salvador: Ágalma, 2021.

KARDOUS, Paul. *A querela dos gêneros, uma abordagem psicanalítica*. Salvador: Ágalma, 2023.

MARINI MARIOTTO, Rosa Maria. *Gênero e sexualidade na infância e adolescência: reflexões psicanalíticas*. Salvador: Ágalma, 2018.

9. O bem-estar no tempo e no consumo express

*“Harder, better, faster, stronger
Work it harder, make it better
Do it faster, makes us stronger
More than ever, hour after hour
Work is never over”
Daft Punk*

Introdução

Quando Mark Fisher (2019) diz em um artigo¹ que “o capitalismo resolveu o problema do tédio”, fala do excesso de informação na contemporaneidade e, principalmente, da forma que o consumo toma conta de todos os aspectos da vida individual através do constante esforço das corporações em convidar a interagir, gerar conteúdo, participar do debate. Na contemporaneidade até os momentos de descanso e de bem estar são vistos dentro de uma lógica corporativista de utilidade e produtividade. A introjeção da mensagem neoliberal de meritocracia e de aperfeiçoamento do sujeito levam ao desvanecimento das arestas que separam o momento de trabalho e o de lazer, sendo cada vez mais disseminada a ideia de que se deve trabalhar como que se ama, fazer o que se gosta, aproveitar cada momento da vida de forma prazerosa. “O novo capitalismo continua exigindo as regras da moral protestante no domínio da produção - ou seja, no domínio do trabalho - mas ele estimula ao mesmo tempo o direito ao prazer e ao entretenimento”². Esta reflexão de Daniel Bell citada por Vladimir Safatle define o imperativo de gozo no neoliberalismo. Diante da máxima onde o tempo é dinheiro, o uso do tempo em tarefas menos nobres que não tragam melhorias ao indivíduo e ao seu estilo de vida ou um retorno válido dentre toda a economia da vida subjetiva (como os tipos de capital de Pierre Bourdieu³: econômico, social, cultural e simbólico), fica então transferido e designado às classes trabalhadoras menos favorecidas e vendido como serviço. Há então a compra de tempo do outro para aproveitar o próprio tempo. Nada pode ser desperdiçado. Dessa forma, momentos cotidianos que fujam à essa lógica são vistos como problemas a serem solucionados ou transformados em forma de empoderamento: o que fazer com o tempo da espera por algo? Quais são as soluções apresentadas a estes problemas criados justamente para que as soluções possam ser vendidas? E o que se faz com os reais problemas apresentados pelo capitalismo tardio e a incapacidade por

esperar e se entediar? O bem-estar que soluções logísticas, plataformas digitais, novos meios de comunicação e todas as novas ferramentas de eficiência de tempo e conveniência trazem são também frutos de um apoderamento do tempo livre e do próprio prazer pela lógica capitalista e pelo imperativo de gozo que solicita que o prazer seja vivido. O custo para que se possa usufruir desse gozo fica como uma reflexão para a atualidade. O presente capítulo discorre justamente sobre as relações que se estabelecem dentro do consumo pautado por essa lógica.

A gramática da entrega rápida

Se há, na era da sociedade de consumo hiperconectada e digital, a possibilidade tecnológica e logística de compras e entregas cada vez mais rápidas nos grandes centros urbanos, haverá também o incessante bombardeio de anúncios geradores de desejo pela velocidade. A publicidade traduz estes processos e por ela os processos serão subjetivamente dados. É o que é chamado neste capítulo de gramática (ou linguagem) publicitária. A aceleração de todo o processo de compra que atinge seu auge de performance no imenso mercado de e-commerce tem como maior símbolo a mensagem disseminada da entrega rápida. Não basta o processo de compra ser agilizado, o tempo entre a confirmação de pagamento e o recebimento do produto em casa se torna o grande desafio.

Estes efeitos podem ser notados quando, por exemplo, no último ano o site de e-commerce Amazon passa a oferecer aos assinantes do serviço Amazon Prime entregas ultra-rápidas feitas no dia seguinte se compradas até certo horário. Sites como Mercado Livre também oferecem o recurso, com possibilidade de entregas até no mesmo dia, assim como a ascensão de aplicativos de compras on-demand (entregas imediatas ou agendadas) para mercado, farmácias, lojas de construção e presentes. O alto nível de desemprego gerado pelas concomitantes crises políticas e econômicas instauradas no Brasil desde 2013 oferece uma grande disponibilidade de cidadãos dispostos a trabalhar no setor de entregas para empresas como iFood, Uber, Loggi e outros por salários na maioria das vezes baixíssimos e involucrados em um discurso neoliberal de autonomia e independência, gerando uma cada vez maior frota fornecida para buscar e entregar o que quer que seja vendido online, chegando ainda hoje e em poucas horas na casa do cliente. São os chamados parceiros, motoristas de carros por aplicativo e entregadores (estes que usam diversos meios de locomoção, como bicicletas, motos ou carros, meios que interferem diretamente na distância que podem percorrer ou na quantidade de produtos que conseguem carregar).

¹“No one is bored, everything is boring” em The Visual Artists News Sheet, 21 de julho de 2014. Disponível em: <https://visualartists.ie/mark-fisher-one-bored-everything-boring/>. Traduzido para o português por Victor Marques e encontrado na seção Apêndices do livro Realismo Capitalista (2019).

²Como Safatle (2010) aponta em seu texto na nota de rodapé referente a este trecho: “BELL, Daniel, The cultural contradiction of the capitalism, New York, Basic Books, p. 85. Ou, como nos lembra Tom Frank: “Desde a década de 20, pelo menos, o consumismo vem sendo uma forma de revolta contra valores mais antigos, ligados à produção. Enfatizou o prazer e a gratificação, em oposição à restrição e à repressão da tradição puritana” (FRANK, Tom; O marketing da libertação do Capital in Cadernos Le monde diplomatique, p. 43). Max Weber já havia percebido esta mudança inexorável na moralidade econômica do capitalismo ao afirmar que: “No setor de seu mais alto desenvolvimento, nos Estados Unidos, a procura da riqueza, despida de roupagem ético-religiosa, tende cada vez mais a associar-se com paixões puramente mundanas que frequentemente lhe dão o caráter de esporte” (WEBER, A ética protestante, p. 143) Daniel Bell apud Vladimir Safatle, disponível em <http://murlilocoorea.blogspot.com/2010/08/um-supereu-para-as-sociedades-de.html>.

³ Bourdieu, P. (1986) As formas de capital. Em J. Richardson (Ed.)

A nomenclatura parceiros é inclusive derivada do esforço que tais empresas empregam para fugir de todos os possíveis vínculos trabalhistas com a classe serviente: deve-se manter o caráter de liberdade de horário, de carga e de deveres. Dessa forma, fica compreensível deparar-se com estratégias de vendas como explica João Clark, diretor de marketing da gigantesca iFood, em entrevista para a Folha de São Paulo, que “a velocidade é um importante condutor para o consumidor escolher onde vai pedir. Estamos investindo muito em fazer com que os parceiros entreguem os pedidos cada vez mais rápido.”

Surgem as darkstores e dark kitchens, estabelecimentos dedicados 100% a fornecer produtos e refeições para entregas, situados em pontos estratégicos de cidades grandes, como por exemplo em bairros do centro expandido de São Paulo. Aplicativos prometem suas compras de mercado em até 15 minutos. O senso de urgência é o *modus operandi*. Empresas investem somas exorbitantes em construir centros de distribuição (em 2021 a empresa Mercado Livre investiu 10 bilhões de reais para a ampliação de sua rede logística, incluindo a construção e operação de um dos seus maiores centros de distribuição, a unidade Franco da Rocha com 800 mil metros quadrados) estrategicamente posicionados para possibilitar entregas no mesmo dia de produtos que antes demoravam um tanto mais.

Também Thais Nicolau (2022), diretora de marketing do Mercado Livre, empresa líder da categoria de e-commerce, explica na mesma matéria na Folha que a ideia é trazer ao cliente qualquer categoria que ele precise, com a maior conveniência possível.

O Mercado Livre inclusive é uma das gigantescas empresas de e-commerce que mais evidencia a pressão por entregas rápidas. Pagando uma assinatura especial, uma ampla gama de produtos fica à sua disposição para entrega no mesmo dia, caso você more na capital paulistana ou em outros dos 54 municípios que contam com o serviço. A empresa diz estar trabalhando para sempre se adaptar à necessidade do usuário, diminuindo cada vez mais o tempo de espera. Porém o quanto essas entregas seriam de fato de imensa necessidade que chegassem no mesmo dia? Soa como o paradoxo Tostines, onde quanto mais rápidas possam ser as entregas, mais rápido o consumidor irá desejar que ela seja. Este paradoxo onde a gramática publicitária traduz as metas agressivas das empresas para produção de desejo fica mais evidente se lembrarmos dos recém popularizados serviços de compras por assinatura, onde o consumidor estabelece um padrão de frequência de entrega para determinados produtos, autoriza o pagamento via cartão de crédito e a empresa faz a compra e a entrega antes mesmo que seja necessário que o consumidor lembre que precisa do produto: a entrega chega até mesmo antes da necessidade se tornar perceptível, se o consumidor der falta do produto já é tarde demais.

Há uma sobrecarga logística. Do dia para a noite os entregadores passaram a transportar todo tipo de objeto, desde cosméticos até eletrodomésticos. O que poderia ter acontecido para que tantas pessoas necessariamente precisassem de batadeiras e liquidificadores com entrega

ultra rápida? Obviamente, o impulso acelerador da economia em meio a estas transformações também é um fator de imensa responsabilidade e que o alimenta.

De acordo com a Associação Brasileira de Operadores Logísticos (ABOL), houve um crescimento de 23% na no faturamento de empresas de logística terrestre nos últimos 4 anos. Isso se estende para o lucro das montadoras de veículos, além dos gigantes operadores aéreas de frete internacional, com o aumento de contêineres atravessando mares com mercadoria chinesa ou os descarregamentos nos aeroportos vindos de todo o planeta. Até meados da década de 2010, a maioria dos produtos importados da China demorava de 20 dias a alguns meses para chegar à casa do consumidor. Nem uma década depois esse prazo já foi encurtado para pouco menos que duas semanas.

Palavras como garantida, segurança e confiança são extremamente importantes dentro da lógica do hiperconsumo individualista, já que é imperativo que o cliente seja fidelizado dentro do e-commerce e essas características são encontradas principalmente na forma que o produto será entregue. Como é possível observar no artigo da revista Consumidor Moderno: “a promessa de entrega dentro do tempo estabelecido é sagrada no e-commerce, tendo em vista que é a chance de conquistar a fidelidade do cliente”.

Para além do bem-estar hedonista, é evidente que há benefício responsável e indispensável à facilidade com que as mercadorias chegam até seus destinos. Nunca antes foi tão fácil abastecer um hospital, resolver uma emergência ou consumir alimentos mais frescos longe de suas origens. Os benefícios aqui são diretamente conectados ao bem-estar da saúde e da acessibilidade. Porém, ainda, dentro da lógica capitalista as inovações que contemplem bem-estar não diretamente conectado ao aumento de capital financeiro dificilmente são vistas como prioridade e sim como ações paralelas ou meramente relações públicas. Já dentro da lógica do prazer, viver o bem-estar é uma das imposições que o neoliberalismo também sucede em introjetar no sujeito contemporâneo. É o que explica Vladimir Safatle em seu artigo “Um supereu para a sociedade de consumo” (2010) apontando que “Jacques Lacan identificou (...) que a figura social dominante do supereu na contemporaneidade não estava mais vinculada à repressão das monções pulsionais, mas à obrigação da assunção dos fantasmas. Não mais a repressão ao gozo, mas o gozo como imperativo.”. O gozo no bem-estar que na sociedade de produção era mal visto (pois o tempo deveria ser destinado exclusivamente ao trabalho e ao acúmulo de capital financeiro), na sociedade de consumo é imperativo (onde o tempo deve ser otimizado e usado para o consumo).

⁴ Serviço de assinatura que oferece benefícios exclusivos como entrega rápida, frete grátis, serviço de streaming de vídeo e música etc.

⁵ “Amazon lança entrega em 1 dia útil em 50 cidades do Brasil”, Disponível em <https://labsnews.com/pt-br/noticias/negocios/amazon-lanca-entrega-em-1-dia-util-em-50-cidades-no-brasil/>

⁶ “Mercado Livre expande entrega no mesmo dia”, disponível em <https://www.tudoocelular.com/mercado/noticias/n191445/mercado-livre-expande-entrega-no-mesmo-dia.html>

⁷ “Entrega Rápida dá impulso à expansão do comércio online”, disponível em: <https://saopaulo.folha.uol.com.br/o-melhor-de-saopaulo/2022/servicos/04/entrega-rapida-da-impulso-a-expansao-do-comercio-online.shtml>.

⁸ Dark stores são centros de armazenamento que abastecem bairros para vendas exclusivamente através de e-commerce, dark kitchens são restaurantes exclusivos para entrega delivery, sem acesso ao público local.

⁹ Grifo da autora.

A espera

Como não atribuir ao modo de viver contemporâneo, imerso em opções, variedades, anúncios veiculados em suportes antes inimagináveis, onde o tempo deve ser “otimizado” em velocidade recorde, uma imensa angústia, ou como preferem os termos americanos, uma imensa ansiedade? O homem contemporâneo então é impelido a ser produtivo 24/7 (24 horas, 7 dias por semana), para que assim possa consumir 24/7. É o que o autor Jonathan Crary aponta em seu livro “24/7: Capitalismo tardio e os fins do sono” (2016). A manipulação do tempo para que se possa fazer (produzir e comprar) cada vez mais o mais rápido possível se torna um incessante ciclo vicioso: quanto mais se otimiza o tempo fazendo atividades que antes demandavam cuidado e concentração agora com auxílio de assistentes virtuais, vídeos que podem ser assistidos em velocidades 2x, áudios de aplicativos de comunicação que podem ser cortados e acelerados, resumos e resenhas em Reels do Instagram e TikTok de livros que muito provavelmente não se irá mais ler, cada vez mais rápido apenas para de fato usufruir-se do tempo economizado, acaba-se por usar esse tempo ganho para produzir mais e consequentemente consumir mais. A roda não para, ela se estafa. Não à toa Crary (2016) explica sobre um dos sintomas clássicos da atualidade, a insônia, e os inúmeros esforços da ciência para descobrir formas de otimizar o sono. O problema não é exatamente não conseguir mais relaxar e dormir, mas como lidar com essa pausa necessária demandante do corpo humano: “A verdade chocante, inconcebível, é que nenhum valor pode ser extraído do sono.” (CRARY, 2016, p. 20).

Enquanto dorme o homem não pode ativamente produzir ou comprar. Vide o slogan empreendedor que há alguns anos povoou discursos de coaches: “trabalhe (ou estude) enquanto eles dormem”. Como se fosse impedido ao trabalhador empenhado que deseja ser alguém na vida (ou seja, ter poder aquisitivo de compra) dedicar qualquer parte do seu tempo a algo que não seja produtivo.

O que se faz da espera

Na presença do imperativo de gozo e do constante uso do tempo para o capital, define-se a ambivalente relação entre o desejo de velocidade, a ansiedade descontrolada e todos sintomas decorrentes do mal planejamento e do descompasso entre a capacidade humana de desejar velocidade e ao mesmo tempo, assimilar os processos naturais da vida. A angústia pelo aproveitamento do tempo torna o processo natural de espera que alguns movimentos demanda impossível de lidar. A espera se torna um problema a ser resolvido e novos hábitos e dinâmicas são instaladas no dia a dia do sujeito contemporâneo para lidar com estes momentos angustiantes ou utilizá-los de outra forma.

Diante do contexto de espera especificamente no consumo contemporâneo, pode-se considerar um novo ritual de compra que surge fruto da incorporação à vida urbana na atualidade do hábito trazido pelo e-commerce ao cotidiano, inserindo no processo de consumo o advento da espera por itens que antes saiam da loja pelas mãos do consumidor logo após a compra. A relação

de busca, compra, alterações, tempo e vínculo foram todas aceleradas diante da lógica atual do mercado.

Esse tempo de espera seria fruto da incorporação à vida urbana na atualidade do hábito trazido pelo e-commerce ao cotidiano, inserindo no processo de consumo o advento da espera por itens que antes saíam da loja pelas mãos do consumidor logo após a compra. Antes, a espera era dedicada com maior frequência a itens importados ou encomendados por alguma particularidade, os que necessitavam de alguma personalização ou manufatura que tradicionalmente tomava algum tempo ou um processo artesanal, em desacordo com o consumo industrializado e instantâneo de massa. Agora, quando o ritual de busca pelo objeto a ser comprado e o ritual de compra em si passam para o ambiente online, há um tempo necessário para que o objeto comprado chegue ao batente da porta do comprador, às suas mãos e, assim, inicie seu ritual de posse. A forma subjetiva com que o consumidor lida com esse tempo entre a compra e a posse é um importante evidenciador da contingência dos objetos, da angústia pela espera, da dinâmica do desejo e do seu movimento na cadeia do consumo. Se Bauman (2008) escreve que a vida do consumidor é estar em movimento, entre os processos de compra, uso e descarte, o tempo de espera pela entrega aparece como um tempo inerte, um tempo inútil, desperdiçado na cadeia de consumo, não lucrativo e nem produtivo, assim como o tempo dedicado para o sono citado por Jonathan Crary. A suma diferença é que durante o tempo de espera acordado, o sujeito de fato pode se ocupar de outra coisa além de descanso no sono. Não à toa empresas de delivery repetem o termo conveniência em seus discursos.

Nesse tempo, que pode ser curto (esperas de até 2 horas como jantar por delivery ou o estoque de supermercado para o mês) ou longo (ao menos um dia para entrega de livros, roupas, utensílios para a casa, eletrônicos até semanas no caso de compras internacionais), as pessoas apresentam diversos comportamentos relacionados à espera. Nos processos curtos há um esforço das empresas em cumprir o prazo milimetricamente. Os aplicativos de entrega de supermercado costumam inclusive bonificar o usuário com um cupom de desconto caso a entrega ultrapasse os minutos anunciados. É um cenário onde cada minuto conta, principalmente quando o item é um alimento pronto e perecível (e o seu cliente está com fome). Fica evidente então o discurso utilitário do tempo onde se prega a vantagem de possuir estas horas a mais, de tempo economizado. Fica subjetivamente imposta a necessidade de se aproveitar este tempo de uma ou duas horas com alguma atividade produtiva, o imperativo de gozo, de viver o bem-estar possível ou a produtividade.

Já nos processos de entrega mais longos as queixas mais comuns são de incerteza sobre a entrega, uma falta de confiança com o sistema logístico que traz a dúvida se o pedido será de fato entregue, se isso acontecerá dentro do prazo anunciado, se haverá algum dano no pacote e se de fato o produto enviado será o mesmo escolhido no ato da compra. Essa falta de confiança faz com que algumas pessoas optem por acompanhar quase que obsessivamente cada passo da equipe logística (quando possível), acessando os rastreadores dos correios em busca de atualizações. Essa prática é tão frequente que se tornou um meme

que a distância entre a China e Curitiba (centro logístico que recebe a maioria das compras internacionais no país antes de distribuir aos outros estados) é mais curta que entre Curitiba e São Paulo (ou outro estado), devido ao tempo demorado para um objeto ser despachado do centro dos correios de Curitiba até a casa do consumidor.

Figura 6 - Imagem do meme “Mapa Mundi segundo os Correios”



Meme brincando com o tempo de espera na logística internacional. Fonte: Twitter - usuário @Geoememes - 14/04/2020, Disponível em <https://twitter.com/geoememes/status/1250159054309244928>

Quando a ânsia pela compra é aplacada no momento do clique de pagamento e o recebimento do objeto se torna quase dispensável, algumas pessoas inclusive se esquecem das compras que fizeram e são lembradas apenas quando recebem os pacotes em casa. Neste caso fica aparente a contingência do objeto e a perigosa dinâmica que abre espaço para a compulsão. Não obstante, estas são as mesmas pessoas que

¹⁰ Em Janeiro de 2023 o serviço de entrega no mesmo dia pelo Mercado Livre está disponível em todos os 33 municípios da Grande São Paulo, além de Campinas (SP), Jundiaí (SP), Hortolândia (SP), Nova Odessa (SP), Paulínia (SP), Sumaré (SP), Limeira (SP), Americana (SP), Piracicaba (SP), Santa Barbara d'Oeste (SP), Araras (SP), Sorocaba (SP), Votorantim (SP), Florianópolis (SC), Palhoça (SC), São José (SC), e Salvador (BA). Fonte: <https://www.mercadolivre.com.br/1/envios-full>

¹² “Primeiro semestre de 2022 é marcado por recuperação dos operadores logísticos” disponível em <https://abolbrasil.org.br/noticias/noticias/primeiro-semester-de-2022-e-marcado-por-recuperacao-dos-operadores-logisticos-2>

¹³ “Correios explicam prazo de entrega de encomendas internacionais” disponível em <https://tecnoblog.net/responde/correios-rastreamento-internacional-prazo-entrega/>

¹⁴ “Shein Shipping: quanto tempo leva a entrega da Shein”, disponível em <https://fulfillbot.com/pt/blog/how-long-does-shein-take-to-ship/>

¹⁵ “Os paradoxos da geração digital”, disponível em <https://online.fliphtml5.com/ubti/cutf/#p=1>

¹⁶ Mark Fisher aponta em seu capítulo “Tudo que é sólido desmancha em relações públicas: stalinismo de mercado e antiprodução burocrática” do livro Realismo Capitalista (2009) que “o papel essencial das transformações incorpóreas efetuadas pelo branding, a propaganda, e as relações públicas mostra que, para operar efetivamente, a ação predatória do capital requer muitas formas de mascaramento.”

vão comprar, por engano, o mesmo objeto mais de uma vez. Fica evidenciado então, principalmente a estas, um não-ritual de espera, pois o desejo já foi totalmente suprimido no ato do pagamento, deixando em dormência o vínculo com o objeto da compra.

Uma das transformações que o digital trouxe ao consumo é o chamado ambiente “Phygital”. Lojistas explicam que o Phygital nasceu de uma necessidade de sobrevivência das marcas contra o imenso avanço das vendas no e-commerce comparados às lojas físicas, dado o argumento de que a compra online traz maior comodidade.

O que se esconde por trás da palavra comodidade também traz a percepção de ganho de tempo, pois o consumidor não mais precisa sair de casa, se locomover por alguns minutos (ou horas), enfrentar um ritual de busca, a interação humana, a espera na fila e o retorno à casa em posse do objeto comprado. Todo esse processo pode ser substituído por um clique (ou melhor, um toque na tela, sem a interferência do mouse há uma ferramenta intermediária a menos entre o botão de compra e seu aceite). E ainda que a posse do objeto se torne menos importante que a compra em si, a compra no ambiente digital tem sim uma grande parcela de entrega desse êxtase de completude como a compra in loco, mesmo que o momento de tocar o produto com as mãos demore mais para chegar. O ambiente digital proporciona experiências que o ambiente físico não alcança, como a gamificação do processo de compra (pop-ups na tela com chamados instigando o senso de urgência para uso de um cupom, por exemplo). A descarga de tensão e sensação de proximidade com o objeto de desejo comprado aparece no instante em que é visualizada na tela a mensagem de pagamento confirmado e em todas as outras interações capazes de capturar a atenção do consumidor no ambiente digital. Há uma satisfação micro-dosada por todo o processo, ainda que a posse do produto não aconteça imediatamente. Esta se torna simbólica, o produto é do comprador mas ainda não está com o comprador. Nesse momento, dentro da lógica de conveniência representado pela eficácia do digital e ganho de tempo ao suprimir todos processos analógicos anteriores (o transporte, a busca por entre as gôndolas, a fila, o pagamento, o estacionamento, as caminhadas e etc...), é considerado razoavelmente aceitável o adiamento da posse material, justamente para poder se apropriar destas horas economizadas em uma outra atividade que possa gerar valor e produtividade. No entanto, o êxtase remanescente que está em suspenso para ser aproveitado no momento do recebimento do produto alimenta uma enorme responsabilidade e cobrança do consumidor com a empresa vendedora para que essa entrega aconteça sem atritos, sem surpresas e da forma mais rápida possível.

Dessa forma, pululam artigos e matérias de manuais aos vendedores e comércios online orientando sobre como amenizar a ansiedade da espera do consumidor. Mais do que receber suas compras dentro do prazo informado, os consumidores cobram cada vez mais visibilidade de todo o processo de logística, para que possam acompanhar seu pacote e lidar com a espera da entrega. Há features de grandes empresas como a Amazon em teste que proporcionam ao usuário verificar a quantos semáforos de distância está o entregador com sua encomenda.

¹⁷ Quando Clotilde Perez e Eneus Trindade (2021) revisitam McCracken (2003) e seus rituais de consumo propondo através de uma abordagem crítica a incrementação do modelo proposto por ele com a inclusão de novos rituais, como o do ritual de compra, ainda não havia distanciamento temporal suficiente e portanto havia ainda uma irrelevância em se considerar o tempo de espera para entrega do produto comprado dentro dos rituais de consumo. Porém, após o contexto pandêmico e ultra-digital, intensifica-se esse processo a ser considerado em pesquisas futuras, que coaduna com todos outros rituais na transferência de sentido entre bens de consumo e consumidores: o possível ritual de espera. Ver mais em GOMES, M. E. P. (2022). A espera da entrega: as subjetividades da aceleração do tempo no consumo contemporâneo (do e-commerce aos aplicativos de relacionamento).

¹⁸ Termo que une as palavras “physical” (do inglês, físico) com “digital” (do inglês, digital). O ambiente Phygital é o uso em lojas físicas de tecnologias digitais como as prateleiras infinitas, painéis de pagamento self-service etc.

¹⁹ Disponível em <https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=GU9B4LE26DKWVQTN>

Figura 9 - Frame de vídeo institucional Mercado Livre



“Envio mais rápido do Brasil” - Comercial do Mercado Livre, 30 de janeiro de 2022, Brasil.
Disponível em Mercado livre Envio mais rápido do Brasil no Mercado Livre

Em matéria do site “Profissional de ECommerce”, Albert Deweik, CEO da NeoAssist, empresa especializada em soluções de atendimento ao cliente, lista os itens necessários sobre como lidar com a ansiedade do consumidor: ser realista com os prazos, ser pró-ativo na comunicação de cada estágio, apresentar um canal de comunicação e flexibilizar seus prazos de acordo com a demanda. Em resumo, o sujeito que eles entendem por consumidor ficará calmo caso tenha as informações claras sobre sua encomenda e nenhuma surpresa desagradável no percurso.

Ao mesmo tempo que se quer ganhar esse tempo, a espera exige uma suspensão, um atraso, que o sujeito contemporâneo tem muita dificuldade de encarar em sua programação. A geração de serviços on-demand é a geração da demanda. Mesmo podendo utilizar desse tempo para fazer outras coisas na espera, urge-se por consumir, em seu sentido empírico da palavra: dar cabo do consumo, receber o pacote e se apropriar do objeto. E por isso demanda-se que as empresas sirvam o que prometeram, preferencialmente junto com uma excepcional experiência.

É pertinente ao tema da conveniência e produtividade o documentário de Paul Virilio “Pensar a Velocidade” (2008), onde o escritor Jeremy Rifkin aborda a eficácia como fator determinante da subjetividade humana na atualidade:

[...] E usamos a velocidade cada vez mais para vencer a morte. Ser mais eficaz é ganhar tempo. A eficácia se tornou nosso valor temporal supremo. Se eu posso ganhar tempo, disponho de mais tempo. Se posso ser mais eficaz, deixo a morte na porta, mas ela não entra. Se pararmos para pensar em por que fizemos da eficácia um valor temporal, achamos que, quanto mais rápidos e eficazes nos tornamos, mais podemos adiar a morte. (Jeremy Rifkin, 2009)

Uma ilusão muito bem explorada pelo capitalismo a de que se pode salvar o tempo, como se este fosse estocável tal qual um investimento precoce. Não à toa, os motes publicitários dos serviços de entrega é evidenciar o ganho de tempo do consumidor.

A conveniência de não estar inerte

A palavra conveniência antes era associada diretamente àquelas lojinhas em postos de gasolina para se comprar súbitas necessidades de bebidas alcoólicas, chicletes e cigarros, sempre por perto, abertas 24h, que possibilitam a compra enquanto a bomba de gasolina enche o tanque. Hoje a palavra conveniência se torna pura e simplesmente a ritualística de poupar o esforço e o tempo (utilizando-o de outra forma) transferindo-o à máquina ou a outra pessoa. É conveniente para o sujeito que pode pagar transferir esse processo que toma seu tempo a um serviço que faça suas compras, passe pela caixa, embale, coloque no carro ou moto, dirija pelo trânsito, estacione, retire do veículo e entregue o produto, por ele. A conveniência se torna sinônimo de bem-estar para o consumidor, um aspecto que deixa claro que este significante se molda aos desejos de cada um: para uma pessoa a conveniência pode ser não ter que dirigir até a loja, para outra pode ser não ter que lidar com filas. Esse bem-estar automaticamente transfere o mal-estar de qualquer inconveniência a outras pessoas levadas a trabalhar para isso. Para dar contorno a esse processo, Jonathan Crary evoca o conceito de prático-inerte de Jean-Paul Sartre em “Crítica da Razão Dialética” (1960):

“Prático-inerte” foi o modo como Sartre designou o mundo cotidiano sedimentado, institucional, constituído de energia humana, mas que se manifesta como o imenso acúmulo de atividade passiva rotineira. (CRARY, 2016, p. 125)

A conveniência surge quando se há a possibilidade de transformar o modo de sujeito prático-inerte burocrático de Sartre (1960) em um prático-produtivo da atualidade, delegando a outra pessoa, viabilizado pelo aplicativo digital, o tempo de se estar inerte, para que em seu próprio tempo haja produtividade. Se antes perdia-se perdendo dinheiro ao passar trinta minutos no trânsito indo até o supermercado, hoje de fato paga-se para que outra pessoa passe esses trinta minutos ali, e ainda assim o sentimento é de sair no lucro por ter trocado o dinheiro pelo tempo.

Na segunda parte de seu livro “A Super Indústria do Imaginário” (2021), Eugênio Bucci disserta sobre o tempo e o espaço. É especial a forma que explica sobre o domínio do tempo e seu uso durante a história como ferramenta de controle. Comenta o historiador francês Jacques Le Goff (1964) que as medidas - de tempo e de espaço - são um instrumento de dominação social de excepcional importância e quem for seu senhor reforça de modo muito especial o seu poder sobre a sociedade.

Através de um suposto domínio do tempo, pode-se hoje em dia utilizar de plataformas digitais para delegar qualquer atividade burocrática que antes era parte do tempo prático-inerte a fim da conveniência de ocupar as esperas com o que bem se entender.

Figura 7 e 8 - Frames de vídeo publicitário Cornershop by Uber



“Aproveite seu tempo como gosta enquanto os especialistas fazem as compras por você” - Comercial do aplicativo de compras online “Cornershop by Uber”, 07 de dezembro de 2020, Colômbia. Disponível em Cornershop: Mercado como si tú lo hicieras

Eis a pertinente querela do consumo de aplicativo, onde para que uma camada da população possa usufruir do precioso bem que é o seu tempo, pagam-se ínfimos reais a trabalhadores de uma classe julgada autônoma porém subserviente, muitas vezes presas a jornadas abusivas de trabalho para acumular valores, sem direitos trabalhistas e sem suporte de saúde em casos de acidentes. O domínio do tempo neste caso também não deixa de ser uma ferramenta de controle dentro da malha do capitalismo tardio e neoliberal, sendo seu ilusório usufruto cedido a quem possa pagar. O desejo pela rapidez e praticidade fomentadas por toda a estrutura do neoliberalismo perpetua na sociedade a capacidade de ansiar a qualquer custo pelo consumo e pelo seu individualismo, de forma que o custo dessa conveniência seja terceirizar experiências antes completamente intrínsecas à vida cotidiana diretamente a uma classe subordinada, esta que é então esmagada em favor de um suposto bônus de economia de tempo e inclusão tecnológica aos mais privilegiados.

²⁰ Como lidar com a ansiedade do cliente no e-commerce”, disponível em <https://www.profissionaldeecommerce.com.br/como-lidar-com-ansiedade-cliente-no-e-commerce/>

²¹ A título de curiosidade, a maior rede americana de lojas de conveniência “7 Eleven” recebeu esse nome inicialmente por estar aberta das 7 da manhã às 11 da noite, porém encerrou as operações no Brasil justamente por não resistir à concorrência das lojas 24/7 em postos de gasolina. Hoje em dia todas as lojas da rede 7 Eleven operam no sistema 24/7 nos Estados Unidos.

²² SARTRE, Jean-Paul. [1960]. Crítica da razão dialética: precedido por Questões de método. Tradução Guilherme João de Freitas Teixeira. Texto estabelecido e anotado por Arlette Elkaïm-Sartre. Apresentação Gerd Bornheim. Rio de Janeiro: DP&A, 2002

O prazer do enquanto

Os setores de compras que podem ser um recorte para análise desta dimensão são as compras de supermercado ou itens para casa on demand por aplicativo. É possível atualmente em poucos minutos ter na porta da casa do consumidor toda compra do mês, ou algum remédio da farmácia, ou até mesmo flores para presentear alguém. São diversas as lojas que já possuem os estoques de seus corredores físicos totalmente integrados a aplicativos como iFood, Rappi ou James Delivery.

Os comerciais desses aplicativos mostram atores representando um rapaz que faz musculação enquanto espera suas mercadorias serem entregues, ou uma mulher que aproveita a praia, um homem brincando com o filho, um casal que passeia com o cachorro, uma mulher que faz as unhas. Cenas de aproveitamento hedonista do tempo. O argumento de Mark Fisher (2019) acerca do capitalismo realista ajuda a criticar essa perspectiva do hedonismo do tempo - a todo o tempo. Fisher descreve os efeitos subjetivos quando o mundo é privado de uma alternativa para dizer da realidade, senão pela perspectiva capitalista. Um dos seus argumentos diz de como as imagens precisam ser de consumo rápido e não mais comportam o tempo da apreciação, da reflexão. O aceleracionismo do capital, invadiu as mentes e os corações das pessoas, que acreditam não haver outra alternativa a não ser essa. Ou, quando não mais evidentemente frutos do capitalismo tardio, os personagens dos comerciais aparecem em seus home offices ou ostentando ligações importantes por avenidas movimentadas, funções mais produtivas ao capital para se realizar no tempo de espera que, nesse caso, dificilmente ultrapassam 60 minutos.

Figura 10 e 11 - Frames comercial do aplicativo Daki



Motivo número 3 para pedir Daki no verão: dói sair da praia pra fazer compras - Comercial do aplicativo de supermercados Daki, 09 de fevereiro de 2022, Brasil. Disponível em Motivo N°3 para pedir Daki no verão

Fica claro que esses hábitos que podem ser entendidos como rituais de espera na vida para o capital facilmente acabam por ser preenchidos por outras atividades do cotidiano urbano. As esperas de fretes mais longas poderiam se tornar, para os mais adaptados, excitantes expectativas pelo recebimento do produto. Uma romântica representação do frio na barriga antes de um encontro com algo esperado. Porém, esta dimensão é pouco provável. Há a necessidade implícita e ansiosa de receber mais rápido, de forma eficaz. Nenhum tempo pode ser gasto, apenas no máximo economizado. Mas o grande paradoxo de todo esse processo até agora demonstrado é que, no afã de se economizar tempo, acaba-se por hiperutilizá-lo. Diante das demandas imperativas do capital o tempo livre não pode ser guardado ou utilizado para o sujeito em nenhuma instância fora do que demanda o capital. Tempo é dinheiro e sob o realismo capitalista, nenhum segundo pode deixar de ser explorado em nome do lucro.

Em um pequeno texto sobre urgência, Byung-Chul Han (2021) confirma o que já foi retratado por Jonathan Crary:

Hoje, não apenas o tempo do trabalho penetra nossas férias, como também o nosso sono. Por isso que temos sonos tão inquietos e agitados. O descanso também é, nesse sentido, apenas um modo de trabalho, por servir para a regeneração da força de trabalho. (HAN, Capitalismo e Impulso de Morte, 2021)

O tempo otimizado ganho não pode ser de fato usufruído para o descanso ou prazer, pois ainda que o seja (que se durma, medite, relaxe, saia com amigos) todos os esforços em desconectar do trabalho tem como objetivo dar um alívio na vida produtiva para de fato manter o indivíduo apto a trabalhar e produzir mais.

Diante dessa máxima, obviamente é de muito bom grado que a tecnologia proporcione novas escolhas de como manejar as atividades diárias, as demandas e os processos que os sujeitos urbanos precisam diariamente enfrentar, e esse viés positivo pode ser acompanhado de imenso prazer se for cogitado que o processo de separação entre a compra e o uso do objeto também caracteriza como uma possibilidade de intensificar (ou repetir) o prazer da compra, como mencionado antes.

No livro “Desejo e Adição nas Relações de Consumo” (2011) do professor e psicanalista Pedro de Santi, resume de forma clara o caráter cíclico de funcionamento do desejo pela perspectiva psicanalítica:

Parte-se de uma experiência de desconforto, inquietude, falta; essa sensação acaba por se ligar a um objeto, cujo acesso ou posse passa a ser fantasiado como tendo o poder de dar fim àquele desconforto. Há assim um anseio de encontro com o objeto. (SANTI, 2011, p. 15)

Aqui está se valendo das formulações de Freud em “Além do Princípio do Prazer” (1920), onde explica que o prazer “é sempre incitado por uma tensão desprazerosa e toma uma direção tal que o seu resultado final coincide com um abaixamento de tensão, ou seja, com uma evitação do desprazer” (FREUD, 2010 [1920], p. 161) e colocando em perspectiva desse desejo com o consumo material. Ainda no tema, o professor incorpora o trabalho de Colin Campbell em “A Ética Romântica e o Espírito do Consumismo Moderno” (2001) e aborda a insatisfação no consumo:

A valorização aparentemente paradoxal da insatisfação teria derivado da transição de valor: ao invés de buscar a satisfação, passa-se a buscar prazer [...]. O consumo cai como uma luva nessa forma de sensibilidade: cada produto é uma promessa de gozo duplo, com seu encontro e com a decepção que se pode antecipar pelo desgaste de sua possibilidade de desfrute. (SANTI, 2011, p. 29)

Ora, esta análise pode ser muito bem adaptada para o consumo online se colocarmos entre o gozo da compra uma etapa de alargamento, de arrastamento, de intensificação, até o momento de encontro com o objeto e seu desgastado desfruto. É como se o sujeito pudesse sentir o prazer de sair da loja com uma sacola perfumada com seu item novo duas vezes. Ou uma única, porém, longa vez. Há um prolongamento entre o prazer da compra e o prazer do uso. E isso pode ser altamente emocionante ou completamente angustiante, como para uma criança aguardar os presentes na véspera do Natal ou de seu aniversário.

É importante lembrar aqui, que o prazer proporcionado pela compra pode ser estendido durante a espera pela entrega, justamente pelo caráter acumulativo do prazer: quanto mais difícil de se alcançar, maior prazer irá proporcionar, assim como quanto mais fácil, menor. Quando a busca pelo prazer através da compra é totalmente arrefecida no momento do clique, e não mais proporciona empolgação durante a espera e a chegada do objeto em mãos, advém o perigo de caráter compulsivo. Abre-se para o comportamento de buscar por mais e mais compras para experienciar novamente o prazer que se dissipou rápido demais e cada vez mais. A facilidade do acesso ao consumo online, os preços mais baixos e a oferta de centenas de milhares de produtos causa um terreno fértil para o caráter aditivo da compra por impulso. Isso será tratado mais adiante quando falarmos de desejo e de novidade.

A tirania do momento

Já foram abordadas largamente as características atuais de aceleração, consequentes da avalanche de revoluções midiáticas, tecnológicas e sociais dos últimos dois séculos. Nesse momento, quando se aborda esse espaço de tempo entre a compra confirmada e a entrega do produto às mãos do consumidor, é necessário levantar todas as possíveis causas desses comportamentos: por quê há um problema (ou não há um problema) com a espera?

Até então foram enumerados dois: 1) o gozo e a angústia para o uso do produto que dará ao indivíduo a sensação de completude buscada pelo ato da compra e 2) a utilização do tempo adquirido com a conveniência de não ir até a loja com outras atividades que proporcionem produtividade ou alguma sensação de utilidade mais digna: que proporcione algum tipo de bem-estar ou aperfeiçoamento do indivíduo.

Há ainda, uma outra abordagem sobre a má relação com a espera: trata-se da pressa gerada pela tirania do momento, como é nomeada por Thomas Hylland Eriksen e citada na obra *Vida para o Consumo* de Bauman (2008).

As conseqüências da pressa extrema são avassaladoras: tanto o passado quanto o futuro como categorias mentais são ameaçados pela tirania do momento. ...Até o “aqui e agora” é ameaçado, já que o momento seguinte chega tão depressa que se torna difícil viver no presente. (ERIKSEN, 2001, apud BAUMAN, 2008)

Esta teoria coaduna com os pensamentos de Crary (2016) e Virilio (2009) antes citados acerca da pressa humana atual, que comprime processos e elimina do caminho todas as etapas que possam ser consideradas desaceleradoras. Para Bauman (2008), a eternidade não é mais um objeto de desejo. Nossa sociedade vive e se alimenta do momento, uma grande e absoluta representação do ideal horaciano de *Carpe Diem*.

Lucas Mancini, Diretor de Delivery e Canais Digitais da rede de restaurantes Habib's, disse que “o consumidor muda, mudam os estilos e temos que mudar junto [...] o mundo está acelerado, as demandas são aceleradas. Nunca o mundo teve tanta urgência do agora” em um painel do Congresso Nacional de Relação Empresa-Cliente (CONAREC), que tinha como curiosa proposta o tema “As delícias de ser impaciente. Quando o tempo vale mais que o produto?”. É evidente a todos os palestrantes a cultura de urgência e pressa: “É velocidade, as pessoas não querem perder tempo” diz Mancini em outro momento, recebendo como complemento a fala do diretor da empresa de logística Loggi: “Para mim a questão da pressa vem para otimizar recursos em um certo sentido”.

Com o advento das redes sociais, a pressa para viver o momento se torna ainda mais emergencial. Uma ferramenta em destaque que já existe nas mais populares redes sociais consiste em vídeos curtos de 15 ou 30 segundos que desaparecem em 24h (stories). Um texto, foto ou vídeo postado em um feed se torna completamente ultrapassado em poucos dias. Há um aspecto de reciclagem de postagens entre uma plataforma e outra; porém, a velocidade de troca das informações segue a lógica do instantâneo e não da duração. Os perfis em redes sociais (seja de pessoas ou de marcas) não possuem mais nenhum caráter de catalogar, e sim de experimentar o momento. A duração de informações não é o objetivo de nenhuma plataforma digital de grande alcance. Para buscar informações catalogadas há enciclopédias digitais, mas são poucas e possuem um formato de manual histórico de documentação, ainda que completamente flexível (a Wikipédia é uma enciclopédia aberta onde qualquer usuário pode incluir ou alterar definições). O que já era um fenômeno visto com a televisão aberta, que já apontava há décadas a produção muito maior de conteúdos ao vivo (programas de auditório, telejornais, matérias ao vivo) do que documentais (para reprodução repetida, filmes, documentários) agora se estende em vertiginosa renovação de conteúdo nas redes sociais.

No entanto, o ser humano existe na duração (VIRILIO, 2009), como colocado no mesmo documentário de Virilio em um trecho onde um ávido historiador, em entrevista para a CNN, fala sobre a produção televisiva e a demanda crescente por programas ao vivo, em detrimento das produções audiovisuais documentais de duração (gravadas, programadas e arquivadas): “O ser humano adora o instantâneo mas só existe na duração. Quanto mais ao vivo se há, mais se deve produzir material histórico, cultural, [...], para inscrição na duração.” (apud VIRILIO, 2009)

Pensando nisso, como não compreender a urgência que um consumidor pode ter em receber seu produto se este está fazendo parte da trend do momento

viralizada em seus feeds do TikTok ou Instagram? Esperar mais de uma semana para receber o produto da moda pode significar não participar do espetáculo de postagens utilizando o produto. O indivíduo não busca mais sua duração e sim, sua constante renovação e inovação. Para se distinguir de forma inovadora, é necessário se informar e se renovar a cada nova onda propagada pelas redes, para assim poder sobreviver como indivíduo influenciador, e o influenciado precisa participar do assunto do momento o quanto antes para não correr o risco de ser visto como obsoleto, como alguém que ficou de fora. Um influenciador não pode abrir mão do seu lugar virtual e da fantasia narcísica de si mesmo alimentada pelos seus seguidores. Porém as trends momentâneas são verdadeiras nuvens digitais de assuntos homogeneizados. Esse movimento já foi observado por Paul Virilio:

Com a Revolução Industrial passamos à padronização dos produtos e dos objetos, mas também das opiniões. Com a Revolução da Informação passamos à sincronização não só das opiniões mas da emoção. O que um psicanalista chamaria de “globalização dos afetos em tempo real”. (VIRILIO, 2009)

Por globalização dos afetos entende-se o efeito do buzz, quando algum acontecimento leva à massa conectada a sentir, indignar-se, exaltar-se, emocionar-se pelos mesmos agentes. E assim também, as opiniões sobre o fato ocorrido são derramadas em grupo, contaminadas e sincronizadas. Da mesma forma opera a moda, as trends e tendências das novidades que surgem, cada vez mais efêmeras.

No livro “O Império do Efêmero” (1987), Gilles Lipovetsky explica a efemeridade do novo como fator resultante de estratégias de distinção e individualização (conceitos trazidos das teorias de Pierre Bourdieu):

À medida que o efêmero invade o cotidiano, as novidades são cada vez mais rápidas e cada vez mais bem aceitas; em seu apogeu, a economia-moda engendrou um agente social à sua imagem: o próprio indivíduo-moda, sem apego profundo, móvel, de personalidade e gostos flutuantes. (LIPOVETSKY, 1987, p. 205)

O que seriam as reviews da moda dos inúmeros influenciadores digitais se não um ato de distinção, individualização, personalidade adaptável, gosto flutuante, sem vínculo com os objetos por sua efemeridade na trend do momento? As plataformas de compartilhamento de vídeos rápidos como o Instagram e o TikTok são instrumentos dessa institucionalização do efêmero, que Lipovetsky menciona ser um processo:

Institucionalizando o efêmero, diversificando o leque dos objetos e dos serviços, o terminal da moda multiplicou as ocasiões de escolha individual, obrigou o indivíduo a informar-se, a acolher as novidades, a afirmar preferências subjetivas: o indivíduo tornou-se um centro decisório permanente, um sujeito aberto e móvel através do caleidoscópio da mercadoria. (LIPOVETSKY, 1987, p. 204)

Ainda sobre Eriksen e a Tirania do Momento, Bauman (desta vez em seu livro “A Ética é Possível Num Mundo de Consumidores?”) repete a mesma citação supracitada sobre a pressa extrema, reforçando a percepção do aqui e agora novamente. É imprescindível reforçar em suas análises o prejuízo apontado em se viver o momento frente à velocidade.

Neste mesmo texto intitulado “Vida Apressada”, Bauman afirma que “a vida de consumo é uma vida de aprendizado rápido... e imediato esquecimento” (2008), e relembra a brilhante passagem do livro “A Lentidão” (1995) onde Milan Kundera faz um laço entre a aceleração e o esquecer: “o nível de velocidade é diretamente proporcional à intensidade do esquecimento” (Kundera apud Bauman, 2008).

Nesta ânsia pelo momento, ameaçada pelo esquecimento, é inevitável que as ferramentas digitais que entregam às mãos de quem quiser a possibilidade panóptica - de se exibir às centenas de milhares de olhares imediatos - sejam tão sedutoras. Até as tentativas inovadoras de fugir da espetacularização das mídias sociais se perdem em si mesmas: criado em 2020 mas popularizado entre a geração Z no ano de 2022, o aplicativo Be.Real determina por meio de uma notificação o momento exato para postagem do usuário na rede social de uma foto sem filtros, uma tentativa de demonstrar o real vivido e não postagens encenadas e editadas. Infelizmente esta estratégia continua sendo uma demonstração de efemeridade, de necessidade de mostrar o momento do agora, e, obviamente, será selecionado e atuado. O usuário que não desejar mostrar o que está fazendo naquele momento certamente ignorará a notificação, assim como cada foto postada para retratar aquele específico momento se tornará desinteressante e pouco relevante já no momento seguinte.

A duração é necessária para a perpetuação da memória. São colocadas fotos dos antepassados e de momentos importantes da história pessoal de cada um em porta-retratos expostos pelos corredores e salas de suas casas como forma de manter viva a memória e dar materialidade àquele ente ou àquela ocasião especial. Com as fotos digitais, a duração é substituída pela quantidade, a materialidade é substituída pelo digital. Ao invés de serem tiradas 36 fotos de um evento especial (o número de poses em um rolo de câmera) e selecionadas uma ou duas para o porta-retrato, são clicadas centenas de fotos, feitos dezenas de vídeos, publicados em stories de 24h de duração ou feeds que em poucos dias se tornarão esquecidos. Não mais se quer perpetuar o passado e a memória, a utilidade é mostrar e espetacularizar o momento presente, jogando a quantidade absurda de filmagens e fotos para a memória do celular ou da nuvem de dados, se tornando uma memória estocável. São criados backups e colecionados os momentos para possíveis buscas futuras. Mas raramente são feitas estas buscas, pois os momentos caem no esquecimento. Não à toa uma das ferramentas de redes sociais é o lembrete “veja o que aconteceu nesse dia cinco anos atrás”, muitas vezes um lembrete inoportuno (uma foto de uma ex-namorada em uma viagem ruim), de uma memória que havia sido deixada para trás. Neste caso, não só é delegada a memória à máquina como é jogada para

ela o controle do que e quando se deve lembrar de algo. Outro comportamento muito atual referente à memória é o ato de não mais procurar-se na memória a resposta para uma pergunta ou a tentativa de elaborar um entendimento, mas procura-se no histórico do que foi feito no passado ou pergunta-se ao Google. Quando há na palma da mão uma enciclopédia de respostas rápidas, não é necessário mais desenvolver a capacidade de lembrar ou reter a informação. O momento basta.

Rifkin explica que “a defesa, a economia e a informação sofrem com essa aceleração da história que não dá espaço à reflexão antes da decisão ou da explicação” (RIFKIN, 2009). Perde-se um importante hábito de reflexão, de construção argumentativa, de método de elaboração, resultando em definições fracas e argumentos pobres de uma massa acostumada com saltos cognitivos por ter na palma da mão a resposta de seus questionamentos instantaneamente.

Considerações finais

É inegável o caráter benéfico de avanços tecnológicos de transporte, logística e comunicação proporcionados pelo desenvolvimento do capitalismo no momento histórico da contemporaneidade. Entretanto, a aceleração consequente deste desenvolvimento não se traduz apenas em velocidade, porém, em mudanças impostas nas subjetividades da vida cotidiana e no reforço dos sistemas e ritmos de exploração social além da construção de um psiquismo individualista, em sofrimento e demandante por baixo de um discurso de eficiência, produtividade e autonomia. A busca pelo bem estar e uso aprimorado do tempo passa mais por uma imposição da lógica do capital que se introjeta como parte do supereu para exigir o constante consumo e apropriação de todos os âmbitos da vida por uma estrutura corporativa do que por um reconfortante descanso ou divertimento, características intrínsecas ao discurso neoliberal de aproveitamento produtivo de cada aspecto da vida, onde nada pode ser perdido, nada pode deixar de ser espetacularizado ou ainda compartilhado de um mal-estar. Os processos de aceleração no consumo através do ambiente digital e do impulsionamento de gigantes companhias logísticas, somados aos novos processos de atendimento ao cliente, reafirmam essa ideologia individualista, por vezes carregada de uma gramática de bem estar e positividade que por fim se traduzem em sofrimento psíquico e falta de perspectiva coletiva diante do futuro. Em suma, a experiência de aceleração dos avanços tecnológicos dentro da lógica do capitalismo tardio é atravessada pela ambiguidade do que “bem estar” pode vir a querer dizer, inevitavelmente, a necessidade de uma perspectiva crítica que singularize ao invés de individualizar o que a noção de “bem estar” automaticamente consumida e imposta significa, se faz necessária para que consigamos, realmente, estarmos bem.

²³ LE GOFF, Jacques. A civilização do Ocidente Medieval. v. 1. Lisboa: Editorial Estampa, 1983.

²⁴ CAMPBELL, Colin. A ética romântica e o espírito do consumismo moderno. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

²⁵ ERIKSEN, Thomas Hylland. Tyranny of the moment: fast and slow time in the information age, 2001, p. vii

²⁶ “Movimento delivery e aceleração”, Disponível em <https://www.consumidormoderno.com.br/2019/09/18/movimento-delivery-aceleracao/>

²⁷ Disponível em https://pt.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:P%C3%A1gina_principal

²⁸ Não há registros de identificação deste repórter.

²⁹ BORDIEU, Pierre. A Distinção: crítica social do julgamento; Tradução Daniela Kern; Guilherme J. F. Teixeira. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, 2007.

³⁰ KUNDERA, MILAN. A lentidão. Tradução Maria Luiza Newlands da Silveira, Teresa Bulhões Carvalho da Fonseca. — São Paulo : Companhia das Letras, 2011.

Referências

BAUMAN, Zygmunt. Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BAUMAN, Zygmunt. Vida para consumo: A transformação das pessoas em mercadorias. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. A ética é possível num mundo de consumidores?. Tradução Alexandre Werneck. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BORDIEU, Pierre. A Distinção: crítica social do julgamento; Tradução Daniela Kern; Guilherme J. F. Teixeira. Edusp, 2007.

BUCCI, Eugênio. A superindústria do imaginário: Como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível. Belo Horizonte: Autêntica, 2020.

CAMPBELL, Colin. A ética romântica e o espírito do consumismo moderno. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CRARY, Jonathan. 24/7: Capitalismo tardio e os fins do sono. Tradução Joaquim Toledo JR. São Paulo: Ubu Editora, 2016.

FISHER, Mark. Realismo Capitalista. Tradução Rodrigo Gonsalves; Jorge Adeodato. São Paulo: Ed. Autonomia Literária, 2019.

FREUD, Sigmund. Obras Completas Volume 14. História de uma neurose infantil ("o homem dos lobos"), além do princípio do prazer e outros textos (1917-1920). Tradução Paulo César de Souza. São Paulo: Cia das Letras, 2010.

HAN, Byung-Chul. Capitalismo e impulso de morte: Ensaio e entrevistas. Tradução de Gabriel Salvi Philipson. Petrópolis: Vozes, 2021.

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas. Tradução Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

PEREZ, Clotilde. Há limites para o consumo?. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2020.

SAFATLE, Vladimir. Um supereu para a sociedade de consumo: sobre a instrumentalização de fantasmas como modo de socialização, A Navalha de Dalí, Agosto de 2010, disponível em <http://murilocorrea.blogspot.com/2010/08/um-supereu-para-as-sociedades-de.html>. Acesso em dezembro de 2022.

SANTI, Pedro Luiz Ribeiro de. Desejo e adição nas relações de consumo. São Paulo: Zagodoni, 2011.

Documentários e vídeos

PAUL VIRILIO - PENSAR A VELOCIDADE. Direção: Stéphane Paoli. ARTE France, La Générale de Production. França, 2008. Canal Curta. Disponível em: https://canalcurta.tv.br/filme/?name=paul_virilio_pensar_a_velocidade

O AMOR COMO CONSUMO | Olgária Matos. CAFÉ FILOSÓFICO CPFL. Fundação Padre Anchieta, TV Cultura. São Paulo, 2005. Youtube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=404u9GcPQZU>

Música da epígrafe

DAFT PUNK. Harder, Better, Faster, Stronger. Album Discovery. Paris, Virgin Records: 2001.

10. O que satisfazem os “vídeos satisfatórios”?

Sentidos semiopsicanalíticos de seu consumo midiático

Nos últimos anos, dentre as estéticas de linguagens audiovisuais emergidas nas redes digitais, a categoria dos “vídeos satisfatórios” tem sido uma das mais exitosas. Para termos uma dimensão de seu consumo, se somados os números de reproduções dos dez vídeos mais acessados da categoria no YouTube, podemos contabilizar mais de 600 milhões de visualizações.

Conforme as sugestões de busca ofertadas pela plataforma quando se busca pelo termo, é possível encontrar “vídeos satisfatórios” que mostram cenas “de limpeza”, “de *slime*”, “de maquiagem”, “de sabonete”, “de cravos”, “de unha” e “de limpeza de pele”, além daqueles “para dormir e relaxar”, os baseados na captação de áudio “ASMR” e os intitulados “estranhos” – apenas para citarmos as primeiras palavras-chaves apresentadas pelos algoritmos. Quase tudo pode se adequar à linguagem audiovisual “satisfatória”.

São horas e horas de vídeos nos quais a câmera focaliza uma atividade monotemática, como a extração de pústulas inflamadas na pele, o fatiar de sabonetes arenosos ou a remoção de esmaltes de unhas com acetona. Sua promessa é clara: satisfazer algo que quem assiste a aqueles vídeos busca satisfazer. Como resposta, nos comentários, não faltam elogios aos supostos efeitos terapêuticos que tais materiais trazem a quem os acessa. Enquanto milhares de visualizações são contabilizadas dia após dia, canais em plataformas como YouTube e TikTok se profissionalizam com a compra de acessórios específicos para a produção “satisfatória”, como microfones de alta sensibilidade, câmeras e outros acessórios próprios para a gravação em alta definição, além de matérias primas como o *slime* e a areia cinética.

Embora pareça representar um mundo à parte de outras expressões midiáticas, por ser uma espécie de descanso em meio a tantas ofertas audiovisuais nas redes digitais, cada vez mais pode-se observar a apropriação dessa estética como uma retórica audiovisual, como ocorre, por exemplo, na publicidade, que nela enxerga um instrumento criativo para capturar o olhar e o desejo do consumidor em meio ao deslizar incessante nas *timelines*.

Exemplos da apropriação estética não faltam, mas cabe destacar o uso criativo do banco NuBank que, em 2019, lançou um “vídeo satisfatório” intitulado

“#RoxinhoRelax”¹, no qual, próximo a um microfone de sensível captação, se rasgavam boletos, se cortavam cartões físicos e se batucava com as unhas em materiais do banco, em “uma experiência ASMR para aliviar o estresse bancário”, como dizia a assinatura da ação. Dias antes, o Serasa, agência de risco que mede o *score* de devedores, lançou o monotemático vídeo de sessenta minutos “ASMR: uma hora rasgando boletos”², com um convite: “que tal dar o play e relaxar com uma rasgação de... boletos? Nada mais satisfatório, não é mesmo? [sic]”. Dentre as muitas possibilidades audiovisuais, a linguagem “satisfatória” vem sendo mais um recurso criativo para as retóricas do consumo.

Diante desse cenário, cabe-nos perguntar o que a linguagem “satisfatória” representa em sentidos estéticos e psíquicos na contemporaneidade. Fazemos essa pergunta uma vez que a categoria de “vídeos satisfatórios” se constitui enquanto uma estética voltada a uma “satisfação” da ordem psíquica, traduzida pelos significantes “relaxar”, “satisfazer”, “desestressar”, entre outros.

Apresentando-se como um fenômeno de grande aderência na cultura digital, sua existência tem algo a nos dizer sobre sintomas (termo que empregamos aqui em sua acepção psicanalítica de estrutura) compartilhados por uma geração que consome os “vídeos satisfatórios” como um produto dotado de sentidos intersubjetivos. Para além de uma mera linguagem audiovisual, podemos enxergá-la como uma expressão cultural a nos revelar traços complexos entre o olhar, o desejo e, sobretudo, a falta na contemporaneidade.

Buscando responder a pergunta que intitula este breve ensaio, façamos um movimento investigativo em três atos, que juntos formam um arcabouço multidisciplinar na tentativa de atender à complexidade de nosso objeto de análise. Inicialmente, destacamos o apelo ao sentir na contemporaneidade, por meio da dimensão estética, a partir do diálogo com pensadores advindos da filosofia e da semiótica, com destaque a Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2015), Paul B. Preciado (2018) e Lucia Santaella (1994, 2005). Realizamos um diálogo entre as ideias de *capitalismo artista e farmacopornografia*, termos cunhados para abarcar algumas reflexões sobre o contemporâneo, tendo como base comum o entendimento de estética pela semiótica peirciana.

Em um segundo momento, perseguimos as relações entre o olhar e o desejo para a psicanálise, ancorando-nos no que Jacques Lacan (2008) outrora formulou a respeito da *pulsão escópica*, considerando a primazia do olhar, ainda que outros elementos estejam envolvidos no consumo midiático, como as matrizes verbal e sonora que o moldam juntamente ao visual.

E, por fim, chegamos à leitura e à interpretação dos dez vídeos mais consumidos da categoria no YouTube na tentativa de mapearmos as recorrências signílicas em torno dos ditos “vídeos prazerosos” em desdobramento aos sentidos subjetivos de seu consumo.

¹ Pode ser acessado em: <https://www.youtube.com/watch?v=Gf7BDMwCTIk>.

² <https://www.youtube.com/watch?v=vUOrbTaYNtA>

Em um esforço de síntese, o que desenvolvemos a seguir é uma investigação fundamentada na semiótica psicanalítica, que nos permite enxergar tanto a produção signíca quanto os seus efeitos psíquicos (CESAROTTO, 2019, p. 85), visando complexificar o fenômeno dos “vídeos satisfatórios” e desenhar algumas linhas de compreensão inicial em torno de sua pertinência à cultura contemporânea.

O convite ao sentir: do capitalismo artista à farmacopornografia

O sentir, na atualidade, tem ocupado um papel central na produção capitalista, que faz uso dos dispositivos midiáticos como expressão. Com respeito a essa percepção, dois conceitos nos ajudam a enxergar essas movimentações recentes: o *capitalismo artista*, de Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2015), e a *farmacopornografia*, de Paul B. Preciado (2018), cujas contribuições destacaremos a seguir. Como pano de fundo para a leitura de ambas as teorias, a semiótica de Charles S. Peirce discutida por Lucia Santaella nos fornece bases metodológicas para abordar as expressões midiáticas do capitalismo artista e da farmacopornografia pelo prisma da produção de sentido. Antes de passearmos pelas teorias, é importante calibrarmos o que se entende por estética, dimensão à qual está ligado o sentir ao qual nos referimos. Como retoma Lucia Santaella (1994, p. 11), “a palavra estética é derivada do grego *aesthesis*, significando ‘sentir’. A raiz grega *aish* (...) quer dizer sentir, não com o coração ou com os sentimentos, mas com os sentidos, rede de percepções físicas”. Criado por Platão no século X a.C., o conceito, posteriormente, passaria a ser revisto e modificado por várias correntes filosóficas, e, nas mãos de Peirce, servirá como base das ciências normativas por ele estabelecidas.

Longe de querermos ser extensos, podemos destacar que, no modelo triádico peirciano, a estética está posicionada na ordem da primeiridade, sendo seguida pela ética e pela lógica, respectivamente, dos níveis secundário e terciário. Resumidamente, a primeiridade é a instância mais imediata da percepção, atribuída à qualidade do sentir. Nesse nível basal, não opera a racionalidade e, por isso, talvez sua compreensão seja até mesmo de pouca inteligibilidade, tendo em vista que, ao se pensar a primeiridade, já nos encaminhamos para os demais níveis do pensamento. A secundidade, nível da ética, por sua vez, traz uma relação de consequência, ação e reação; enquanto a lógica, da terceiridade, abarca um grau maior de generalização, submetendo o fenômeno a esquemas, padrões e leis.

O posicionamento da estética na primeiridade das ciências normativas nos leva à relevância e ao protagonismo do campo das qualidades do sentir, pois ela opera como um alicerce à estética e à lógica. Esse sentir está ligado majoritariamente aos cinco sentidos (olfato, paladar, visão, tato e audição), como Santaella (2005, p. 70) discrimina: “os sentidos são dispositivos para a interação com o mundo externo que têm por função receber informação necessária à sobrevivência”. É da ordem do sentir tudo o que toca a pele, o que chega aos ouvidos, o que o olho alcança, o que as papilas gustativas saboreiam ou o que assalta o nosso olfato.

Resumidamente, a semiótica peirciana nos desfaz a ideia de que *estética* conteria apenas o que é belo e o que é visual. Certamente, nela o conceito de belo

está contido e a visualidade é uma de suas possibilidades. Porém, a estética está ligada às sensações, que podem advir de diversas fontes e percorrer distintos sentidos. É a partir dessa imediata primeiridade, isto é, das qualidades do sentir, que aqui falamos de estética. Estamos diante da primazia do prazer ou do desprazer, do ser afetado e do ignorar, do deleite e da repulsa, do quente ou do frio, do gostar ou do desgostar... e, sobretudo, do satisfazer, palavra que marca os vídeos que aqui nos interessam.

A primeira teoria que nos traz contribuições para a reflexão do apelo ao sentir cada vez mais pulsante na contemporaneidade é aquela em torno do *capitalismo artista*. Observando as movimentações convergentes entre capitalismo e arte, os filósofos Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2015) postularam a ideia de que, na atualidade, vivemos uma era marcada pela “estetização do mundo”. Não que a dimensão estética antes fora inexistente, mas “o consumo com componente estético adquiriu uma relevância tal que constitui um vetor importante para a afirmação identitária dos indivíduos” (idem, p. 31). Como destacam os autores, nunca a palavra “design” fora tão utilizada em larga escala nos mais diferentes setores quanto no contexto do *capitalismo artista*. O apreço estético das marcas comerciais, visto no design de seus produtos, lojas, espaços virtuais e experiências com o consumidor, com formas, cores, cheiros, texturas e outras dimensões sensoriais, fomentam a demanda do consumo transestético, onde o sensorio faz a mediação entre sujeitos e o mundo à sua volta, que agora se apresenta como uma eterna cadeia de sensações.

Como resultado, os pensadores franceses nos chamam a atenção para a consolidação de um novo traço intersubjetivo: “o regime hiperindividualista de consumo que se expande é menos estatutário do que experiencial, hedonista, emocional, em outras palavras, estético: o que importa agora é sentir, viver momentos de prazer, de descoberta ou de evasão (...)” (idem, p. 30). Estamos todos, enquanto consumidores do mundo, convidados a experienciar as ofertas que cercam nossos sentidos, respondendo a imperativos que nos convocam à fruição estética, em grande parte, satisfatória.

Uma das muitas frentes de atuação do capitalismo artista é o contexto das redes digitais, onde “as interações são feitas para se divertir e fazer passar o tempo, exprimir seus gostos, se pôr em cena, produzir uma imagem de si”, como resumem Lipovetsky e Serroy (idem, p. 373). Segundo os filósofos, fazemos, usualmente, um “uso estético” das redes, sendo talvez a melhor expressão dessa práxis o botão do “curtir” das plataformas digitais, que estimula uma rápida resposta afetiva ao estímulo dos conteúdos que são dispostos aos nossos dedos, ouvidos e olhos. Os “vídeos satisfatórios” talvez sintetizem a lógica transestética imbricada na dinâmica das redes, que a todo momento nos convidam a reagir em um nível primário da percepção, por meio do sentir, seja um prazer ou um desprazer, como a indignação que move os enxames digitais (HAN, 2018).

Há, nesse processo incessante, certamente, uma hiperestimulação. Nesse ponto, a teoria da *farmacopornografia*, cunhada pelo filósofo Paul B. Preciado, nos ajuda a reconhecer o circuito de estímulos do qual o consumo midiático apenas faz parte, enxergando “os processos de governo biomolecular (fármaco-) e semiótico-técnico (-pornô)” (PRECIADO, 2018, p. 36) que regem a construção intersubjetiva na contemporaneidade.

Ainda que grande parte da discussão sobre a *farmacopornografia* tenha nascido no contexto dos estudos de Preciado sobre a sexualidade, sua teoria nos cabe quando pensamos que, para a psicanálise, tudo é pulsão (sendo a sexualidade apenas uma dos muitos caminhos pulsionais). Além disso, ao tomar a palavra “pornografia”, o filósofo enxerga paralelos entre esse tipo de produção e todos os outros produtos culturais de nosso tempo, que igualmente buscam a estimulação “masturbatória” do sujeito, metáfora para a satisfação autocentrada (idem, p. 282).

Em diálogo com as discussões de Michel Foucault acerca da biopolítica e da construção ciborgue de Donna Haraway, Preciado (idem, p. 54) nos diz que “a indústria farmacêutica e a indústria audiovisual são os dois pilares sobre os quais se apoia o biocapitalismo”. Para o filósofo, “o novo capitalismo farmacopornográfico funciona, na verdade, graças à gestão biomidiática da subjetividade, por meio do seu controle molecular e da produção de conexões virtuais audiovisuais” (idem). Seríamos corpos, mentes e seres engendrados tanto pelas mídias, que nos apresentam de forma explícita, como na pornografia, um mundo de representações disponíveis à identificação e estimulação, quanto pelas tecnologias biológicas, orgânicas ou sintéticas, que nos forjam na busca da realização do que vemos e, por conseguinte, desejamos ser.

Forma-se, assim, um circuito cíclico de “excitação-frustração-excitação” (idem, p. 282). Diante dos imperativos e imaginários do consumo ao redor da felicidade, é sintomático o surgimento de fármacos como o Prozac, que fora recebido com grande entusiasmo como a “pílula da felicidade” na década de 1980 para aplacar a diferença imaginária entre a autopercepção que o sujeito tem e o ideal que faz de si (“não estou tão feliz”) a partir do que vê ao seu redor (“é possível ser ainda mais feliz como mostram os enunciados”). Nessa direção, os dados atuais amplamente divulgados na mídia que nos apresentam um cenário de aumento da depressão, da ansiedade e do TDAH nos fazem pensar que talvez possa haver uma relação entre a hiperexcitação contemporânea e a frustração. Será que não estamos mais deprimidos porque, em contraste, os padrões midiáticos estão cada vez mais histriônicos? Mais ansiosos porque nos estimulam a todo momento? Mais dispersos porque não conseguimos, em termos cognitivos, acompanhar tanta oferta aos nossos sentidos?

Uma vez que ao redor dos “vídeos satisfatórios” fala-se em “desestressar” e “relaxar”, em que medida também não podemos pensar o seu consumo como uma espécie de terapêutica biomidiática na busca de endorfina, dopamina, serotonina e ocitocina, moléculas do prazer? Se perseguimos essa hipótese, poderíamos ainda enxergar que a sua existência só pode ser pensada em uma cadeia cíclica: busca-se um “vídeo satisfatório”, que “excita”, porque os demais que lhe são ofertados supostamente lhe frustram em algum grau.

Na era do *capitalismo artista* e da *farmacopornografia*, os “vídeos satisfatórios” devem ser lidos na chave do sentir em sua complexidade tátil. Em meio a incessantes ofertas aos sentidos, a monotonia desses vídeos faz o espectador focar em uma só ação, em contraposição aos múltiplos e dispersos acontecimentos retratados nos conteúdos audiovisuais das *timelines*. Longos, contrapõem-se à brevidade estimulada pelas redes sociais. Explorando o quase silêncio como poética, com sussurros e detalhes sonoros ressaltados, opõem-se às trilhas sonoras estridentes que saturam os ouvidos em vídeos concorrentes.

O olho que (parcialmente) satisfaz: a pulsão escópica

Quando falamos de materiais audiovisuais nas plataformas digitais, deparamo-nos com um sentir liderado majoritariamente pelo olhar. Outros elementos sónicos para além do visual também fazem parte da experiência do consumo midiático, como os textos e os sons, mas sem dúvida o ato de assistir a um vídeo se vale prioritariamente de nossas capacidades visuais. É por meio do olhar que os “vídeos satisfatórios” prioritariamente satisfazem. Nesse ponto, a psicanálise tem contribuições para compreendermos o locus subjetivo do olhar por meio da ideia de pulsão escópica.

Nos seminários em que Jacques Lacan (2008) se dedica a estabelecer os quatro conceitos que fundamentam a psicanálise (a saber: a repetição, a pulsão, a transferência e o inconsciente), o psicanalista diz que o olho e o olhar se constituem como o espaço de manifestação da *pulsão escópica*. Somando-se a outras formas da pulsão em relação a objetos pulsionais, a pulsão oral (seio), pulsão anal (fezes) e pulsão invocante (voz), a pulsão escópica diz respeito ao “privilegio do olhar na função do desejo” (idem, p. 87).

Simplificando os estudos psicanalíticos, poderíamos dizer que a meta de toda pulsão é a de ser satisfeita, de uma forma ou de outra. Se ela atingirá seu alvo ou se será desviada, não há garantias. Porém, o olho é um órgão perceptivo que pode se satisfazer com o que vê, como na canção que eterniza o caminhar de uma bela garota em Ipanema por meio do olhar (“olha que coisa mais linda, mais cheia de graça...”, “Garota de Ipanema”, de Antonio Carlos Jobim e Vinícius de Moraes). A expressão “encher os olhos”, comum à cultura popular para designar algo de extrema beleza, parece ser uma boa síntese da potência do olho enquanto um objeto pulsional a se satisfazer com os objetos *a* que elege como causa do desejo.

Uma das particularidades da *pulsão escópica* é que o olhar, dentre todas as pulsões, será aquela que colocará o “sujeito da divisão” (GUIMARÃES, 2015, p. 117), isto é, o sujeito dividido em sua falta – a falta que causa o desejo: “vejo o que desejo”, como na máxima de Caetano Veloso, em “O estrangeiro”. Em busca do objeto *a*, o olhar *desliza* (e a metáfora é empregada por Lacan muito antes do deslizar das plataformas e dos aparatos digitais) buscando capturar, com os olhos, uma nesga de satisfação, mesmo que fugidia.

Mas, com isso, não se pode afirmar que a pulsão se satisfaça completamente, pois sempre algo dela escapará ou faltará, por se tratar de uma relação imaginária, fadada à frustração da alienação e da identificação, sempre móveis, com o objeto *a* eleito. Daí a necessidade de olhar mais e mais vídeos, na busca de uma satisfação que, *a priori*, nunca chegará à plena resolução. Enquanto isso, o mundo, que se apresenta como *onivoyeur* (LACAN, 2008, p. 78), nos oferta incessantes imagens na tentativa de aplacarmos a falta, causa tanto do desejo quanto da angústia.

Quando pensamos no capitalismo artista, a questão se complexifica: o apelo estético ao sentir parece saber que nós, enquanto sujeitos eternamente divididos, estamos em busca das imagens que nos satisfaçam. Na perspectiva farmacopornográfica, remediamos a nossa insatisfação permanente com medicamentos reais, como as drogas farmacêuticas cada vez mais prescritas nos consultórios psiquiátricos, ou virtuais, como os “vídeos satisfatórios”, sugeridos para “relaxar” e “desestressar”, supostas ações opostas ao que promove o meio em que estão inseridos (que, por oposição, “tensiona” e “estressa”).

Por nos colocar diante do desejo, Lacan (2008, p. 86) estabelece a seguinte máxima: “o olhar é o avesso da consciência”. Haverá sempre no olhar algo que diz respeito à nossa identificação inconsciente. Se o desejo é sempre de difícil acesso, o olhar nos ajuda a reconhecer o que de desejo e, conseqüentemente, falta carregamos. Disse decorre o nosso interesse investigativo em entender a escolha dos “vídeos satisfatórios”, tanto do ponto de vista estético, enquanto linguagem que prende e hipnotiza o olhar de seus consumidores, quanto na perspectiva de seu consumo, como objetos da cultura material dotados de potencial para o decifrar traços psíquicos de uma geração que os consome.

O olhar, que já desempenhava um papel na arquitetura lacaniana de constituição do sujeito, no jogo especular de identificação e alienação às imagens que nos circundam no estádio do espelho (LACAN, 1998), nos revela uma interessante relação recíproca entre quem olha e quem ou o que é olhado. O grande Outro, que é a cultura por excelência, nos reconhece ao passo em que nele nos reconhecemos. Essa perspectiva faz com que percebamos não apenas uma postura inócua dos objetos da cultura material que miramos, mas também a posição agenciadora que eles têm em relação à sensibilização e estimulação, na direção do sentir, de que tanto falamos. Os “vídeos satisfatórios” existem na medida em que buscam deliberadamente “satisfazer” (seja essa satisfação apenas um lampejo) e que há quem os procure. São objetos dispostos ao olhar para um devido fim, “dão se a ver” reciprocamente.

Em meio aos títulos que embalam os “vídeos satisfatórios”, um signo verbal nos chama a atenção: “vídeos *estranhamente* satisfatórios”. O uso da palavra “estranho” em alguns vídeos nos leva a pensar no que é *inquietante*, o *unheimlich*, conceito desenvolvido por Sigmund Freud (2010a) a partir da experiência estética do estranhamento, quando deparamo-nos com um “estranho familiar”, algo que nos surpreende de maneira difusa.

Se “motivada, em primeira instância, pelo olhar, a visão precisa se manter nos limites do prazer, do esteticamente belo, para não ter que se deparar com o vazio” (CESAROTTO, 1996, p. 136), defrontar-se com vídeos de extração de espinhas ou bolas arenosas coloridas que são desfeitas com as mãos pode causar um *estranho* prazer - *estranho*, porque a cena, apesar de pouco usual ou nada bela, parece familiar. Ao mesmo tempo, pelo pouco sentido que contém para além da “satisfação”, ameaçam-nos diante do abismo do Real, esse lugar onde nem o Imaginário nem o Simbólico acessam. A pergunta que fica é “por que sinto

prazer em assistir por horas uma ação que a princípio nada tem de especial?”.

Outra linha de compreensão se abre quando pensamos que o “estranho familiar” nos surpreende por revelar algo que estava recalcado. A escolha dos vídeos, mediada pelo nosso olhar, não é aleatória. Assistir à destruição de um objeto ou à extração de um cravo diz respeito ao nosso desejo, ainda que, em um primeiro momento, não saibamos dar nome à fonte exata de tal “estranha satisfação”.

Sentidos semiopsicanalíticos do consumo midiático dos “vídeos satisfatórios”

Muitos poderiam ser os caminhos para analisar os sentidos semiopsicanalíticos do consumo midiático dos “vídeos satisfatórios”, tendo em vista que muitas são as rotas que o consumidor pode seguir para acessar tais materiais. Esses vídeos se proliferam nas plataformas digitais, como YouTube (em vídeos longos e na modalidade Shorts), TikTok, Instagram (como Reels), Facebook etc., podendo ser sugeridos pelos algoritmos (na exibição em contínuo de conteúdos audiovisuais nesses espaços) ou encontrados a partir da vontade dos usuários (por intermédio do campo de busca).

Compreendendo o consumo enquanto um processo ritualístico (PEREZ, 2020, p. 52), ou seja, uma ação que pode perseguir diversas etapas, o consumo midiático não diz respeito apenas ao momento de fruição do vídeo em si, mas também envolve rituais de busca (como a procura por meio de *tags* nos buscadores próprios das plataformas), de uso (o tempo investido pelo olhar) e de posse (nos comentários que nos servem como rastros dos sentidos atribuídos pelos usuários para os vídeos), apenas para citar algumas de suas possibilidades ritualísticas.

Ademais, no contexto do consumo midiático mediado por uma plataforma digital como o YouTube, é preciso reconhecer a experiência do leitor imersivo (SANTAELLA, 2004), que navega por um espaço hipermidiático, se depara com *thumbnails* e títulos convidativos, clica em *links*, qualifica o material assistido por meio do botão “curtir” ou “descurtir” e pode ler e deixar comentários em campos destinados à interação direta com o espectador. Tudo isso nos coloca diante de um ambiente imersivo de signos construídos por meio da mescla das três matrizes da linguagem e do pensamento, a saber, o verbal, o sonoro e o visual (SANTAELLA, 2005). No nosso caso, se o título (verbal) orienta o entendimento do que o espectador encontrará no vídeo, a experiência audiovisual (sonora e visual) ajuda o espectador na busca de “satisfação”.

Para destrincharmos os sentidos envolvidos no consumo midiático dos “vídeos satisfatórios”, selecionamos os dez vídeos com maior número de visualizações no YouTube. Muitos outros modelos e tipos de conteúdos “satisfatórios”, certamente, ficam de fora da nossa seleção, porém, esse recorte nos dá pistas iniciais da linguagem. Em ordem decrescente pelo número de visualizações e referenciados com letras para facilitar nossa análise a seguir, são eles:

Tabela 1 - Dez vídeos relacionados à tag “Vídeos satisfatórios” mais acessados até o dia 27 de janeiro de 2023 no YouTube.

Letra de referência	Título	Minutagem	Canal	Contagem de visualizações
a	“Vídeos de slime: Satisfatório & Relaxante #416”	10’22”	Videos de Slime	141 milhões
b	“Very Satisfying and Relaxing Compilation 148 Kinetic Sand ASMR”	18’42”	Sand Tagious	105 milhões
c	“Vídeos de Slime Satisfatório & Relaxante #98 (Slime ASMR)”	10’34”	Videos de Slime	91 milhões
d	“Vídeos de slime: Satisfatório & Relaxante #398”	10’04”	Videos de Slime	77 milhões
e	“SATISFYING WITH CLAY PIPING BAG & FOAM SLIME and GLITTER Mixing Random Things Into GLOSSY Slime #1953”	17’20”	Boom Slime	53 milhões
f	“1 Hora A maioria Satisfação Slime ASMR Vídeos Relaxante Estranhamento Satisfação Slime 2020”	60’48”	The Best Satisfying	47 milhões
g	“Vídeos de slime: Satisfatório & Relaxante #400”	10’25”	Videos de Slime	36 milhões
h	“Asmr soap with foam and glitter Crushing crunchy Cutting soap cubes”	8’01”	ASMR SOAP	24 milhões
i	“A maioria Satisfação Slime ASMR Vídeos Relaxante Estranhamento Satisfação Slime 2020 621”	10’12”	The Best Satisfying	15 milhões
j	“O VIDEO MAIS SATISFATÓRIO DE UNHA ENCRAVADA QUE VOCÊ JÁ VIU #ingrowthtoenail #nails”	11’55”	Nagel Podologia	12 milhões

Fonte: Elaboração do autor.

A julgar pelas informações que tabulamos, podemos já inferir alguns traços em comum entre os vídeos, que nos permitem agrupar recorrências e discutir seus sentidos iniciais.

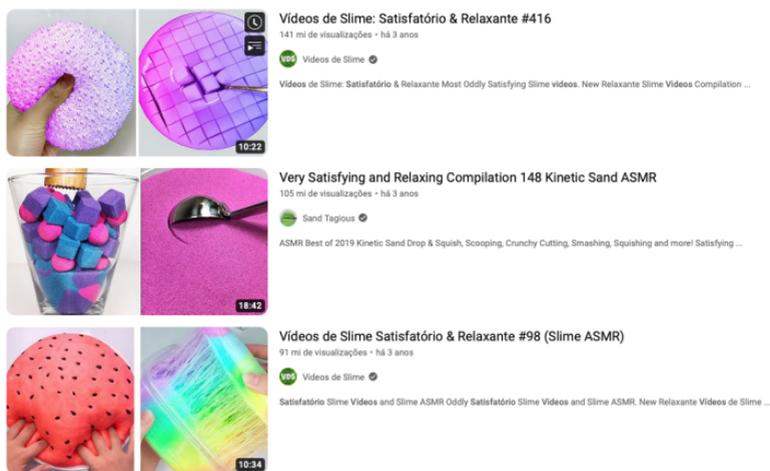
Pelos títulos, destacamos a escrita descritiva do conteúdo audiovisual, como se fosse importante a descrição direta do que se vê. Tomando emprestada a divisão semiótica proposta por Santaella (2005, p. 289) a respeito das três modalidades da matriz verbal (descrição, narração e dissertação), ao observar esses textos, nos colocamos diante do nível da primeiridade (onde se posiciona a descrição), aquele relacionado exclusivamente ao sentir. Entrando ainda nos subníveis da descrição, destacamos a descrição qualitativa, igualmente situada no nível de primeiridade: termos como “relaxante”, “satisfatório”, “foam slime” e “unha encravada” qualificam o material que embalam. Os sentidos principais que essa recorrência estilística nos traz residem no reforço sensorial intencional de tais signos.

Observa-se, também, nos títulos, o uso de números para indicar a série do qual faz parte um determinado conteúdo, como ocorre, por exemplo, no vídeo a, que é sinalizado pelo número “#416”, o que significa que quatrocentos e quinze vídeos antes dele foram lançados pelo canal Vídeos de Slime, onde ele está disponibilizado. A produção seriada de vídeos indica uma linha de reprodução técnica de uma forma de sensibilidade entendida como mercadoria. Mostrando ser rentáveis do ponto de vista da contagem de visualizações, os “vídeos satisfatórios” movem uma indústria de canais especializados na temática, como os estrangeiros Sand Tagious (vídeo b), Boom Slime (e), The Best Satisfying (f e i) e ASMR SOAP (h), que se juntam ao canal nacional supracitado.

Em sua maioria, os “vídeos satisfatórios” listados possuem uma minutagem maior que aquela fomentada pelos domínios digitais, que vai de um a dois minutos, como no YouTube Shorts, formato que serviu como resposta da plataforma à ascensão do TikTok, que havia surgido com a limitação de tempo de um minuto. Em contraste ao seu contexto midiático, os conteúdos mais visualizados da nossa categoria parecem ser uma distensão do tempo. Como um oásis em meio à rapidez frenética de outros vídeos, as ações “satisfatórias” registradas e consumidas são vagarosas e fazem com que o espectador se veja diante de uma tarefa monótona por mais minutos do que ele está acostumado.

Quando passamos a assistir aos vídeos, um traço estético se destaca já nas *thumbnails* que os apresentam: a explosão de cores (figura 1).

Figura 1 - Captura de tela dos três primeiros “vídeos satisfatórios” mais acessados até o dia 27 de janeiro de 2023 no YouTube.



Fonte: Elaboração do autor.

Cores notadamente artificiais “enchem os olhos” em degradês que não são encontrados facilmente, a não ser nos prismas quando decompõem a luz branca e nos arco-íris. O irrompimento de tantos tons estimula o olhar instável em meio aos matizes que vão de cores quentes a cores frias. O olho passeia de uma margem à outra, explorando a primeiridade da qualidade da cor reduzida em si mesma (SANTAELLA, 2005, p. 211), mais uma vez da ordem do sentir. O fundo branco, comum a esses conteúdos, é a tela ideal para a proliferação cromática e constrói uma dimensão de não-lugar em que essas cores podem se dar, fazendo com que qualquer orientação espacial esteja suspensa.

O enquadramento desses vídeos é peculiar. Explorando o plano zenital, quando a lente da câmera está posicionada acima do objeto registrado voltado a ele, a filmagem cria a ilusão de que o espectador desenvolve a cena enquanto as mãos que surgem do canto inferior simulam as mãos de quem assiste ao vídeo. Essa escolha não nos parece aleatória, pois reforça a intencionalidade de estimular, por meio de várias estratégias visuais, o consumidor midiático, criando uma relação imaginariamente íntima entre ele e a ação.

Completando a construção de uma intimidade, a matriz sonora que compõe um “vídeo satisfatório” explora a estética ASMR (Autonomous Sensory Meridian Response), que ascendeu juntamente a essa categoria audiovisual. Os sutis ruídos produzidos pelos atos de quebrar, amassar e misturar os materiais em cena são captados por microfones de alta sensibilidade, que amplificam sons de baixo volume. Em alguns vídeos, inclusive, recomenda-se o uso de fones de ouvido para uma melhor experiência “satisfatória”. A ausência de ruídos externos ao ato “satisfatório”, juntamente ao fundo branco, cria uma atmosfera íntima, permitindo com que o espectador se projete na ação e virtualize a sua presença.

Na produção, na circulação e no consumo de “vídeos satisfatórios”, dois produtos se destacam: o *slime* e a areia cinética. Signos da cultura “satisfatória”, o primeiro é manipulado com as mãos, explorando a sua viscosidade, como nos vídeos a, b, c, d, f, g e i. O segundo é fatiado com o auxílio de instrumentos ou esfarelado com as mãos, como nos registros e e h.

Fomentados pela cultura *youtuber*, o *slime* e a areia cinética fazem sucesso entre crianças e adolescentes que comprem conjuntos de insumos para fazê-los de maneira artesanal. Essa notória assimilação no universo infantil nos leva ao seu potencial de ludicidade. A infantilização nos apresenta um traço de fantasia tal qual Freud (2015, p. 330) a formulou como reveladora do desejo não satisfeito. O retorno ao brincar traz um ganho de prazer ao indivíduo na medida em que suspende temporariamente as coerções sociais que direcionam e freiam os impulsos mais primitivos. O que então esse jogar pode nos revelar?

A manipulação do *slime*, solução no limiar entre o estado sólido e o líquido, por possuir ao mesmo tempo a consistência sólida e a liquidez, parece materializar a maleabilidade e a fluidez já destacadas por Zygmunt Bauman

(2001) em suas metáforas líquidas para compreender a volatilidade dos afetos, do tempo e do espaço, entre outros aspectos do contemporâneo. Por sua vez, a areia cinética, cuja rigidez é conseguida por meio da atração constante entre os grânulos que a compõem, ao ser fatiado estabelece um jogo entre configurar e desconfigurar, dar forma e disformar, como no eterno estilhaçar de narrativas da pós-modernidade desenhada por Jean-François Lyotard (2000).

Na aparente despreziosidade do manipular do *slime*, da areia cinética ou de outros objetos postos em cena, o gesto de destruição é um dos caminhos para a “satisfação”. Nessa direção, o comparativo entre dois *frames* do vídeo h é ilustrativo: inicialmente vemos diversos sabonetes dispostos de maneira organizada na mesa, que, pouco a pouco, mãos amassam, rasgam e trituram até reduzi-los a pó.

Figura 2 - Capturas de tela do vídeo “Asmr soap with foam and glitter Crushing crunchy Cutting soap cubes”



Fonte: Elaboração do autor.

Como pode ser observado, o contraste entre a ordem e a destruição é uma constante nos “vídeos satisfatórios”. Haveria nesse gesto uma materialização do desejo de aniquilamento, aqui satisfeito pelo olhar? Se a civilização é erigida contra a barbárie (FREUD, 2010b), o jogo do esfarelar, suspendendo as regras morais, é uma representação lúdica de direcionamento das tendências à destruição? Talvez disso decorra em parte a sensação inquietante de prazer tão relatada nos títulos e nos comentários, por revelar o que de pulsão de morte, de destruição, em nós deveria estar oculto?

O décimo vídeo (j) aparentemente é o mais desconectado dos demais, por não trabalhar nem com o *slime* nem a areia cinética ou produtos similares. Sendo o registro de um processo de tratamento de uma unha encravada conduzido por uma podóloga gaúcha, é vendido como um “vídeo satisfatório” em seu título – promessa que parece cumprir, a julgar por comentários como “esse vídeo é uma obra de arte difícil de ser superada” e “é muito satisfatório, amei!”.

Por doze minutos, o processo quase cirúrgico é dado a ver sem qualquer pudor. Narrado pela profissional, não se poupam detalhes como a extração de cutículas e o polimento de uma unha deveras prejudicada. Não somente o resultado é aplaudido por aqueles que assistem ao vídeo, mas também o próprio registro audiovisual é elogiado, como neste comentário: “cara, sou super solidária com o problema de cada cliente seu, mas não posso deixar de dizer da satisfação

que sinto ao ver uma limpeza dessas. Sinto alívio daqui. Muito show! Parabéns”. O que poderia parecer distante dos outros vídeos nos ajuda a esclarecer um outro traço do “vídeo satisfatório”: a satisfação advinda pelo encontro com a “perfeição”. Ideal próprio da neurose obsessiva, em que se idealiza um mundo a partir de uma projeção do eu, a todo momento frustrada quando o sujeito se defronta com a realidade em si, que escapa ao pensamento mágico neurótico, a “perfeição” é uma palavra que surge nos comentários com bastante frequência, como se se satisfizesse esse desejo pelo que é “perfeito”, sem arestas.

Mesmo quando se destrói um material em cena, essa “perfeição” advém da realização até o fim, a redução até o pó. Nunca o material a ser destruído fica pela metade. Sempre há o aniquilamento satisfatoriamente “perfeito”. Na mesma linha, podemos entender outros vídeos satisfatórios que não configuraram na lista dos dez mais acessados, mas que são dignos de nota: os vídeos de encaixe justo de objetos em orifícios; de limpeza com antes e depois; e de processos industriais de produção – todos que trabalham com o ideal do “perfeito”.

Os “vídeos satisfatórios” como expressão neurótica contemporânea

A “satisfação” é um sintoma da contemporaneidade. No contexto do capitalismo artista, em que toda a experiência do consumo é marcada pelo incessante apelo ao sentir, o consumidor transestético encontra-se em um ciclo de excitação-frustração-excitação estimulado pelas relações biomidiáticas da realidade *farmacopornográfica* que o atravessam. Vendidos e consumidos como uma terapia, os “vídeos satisfatórios” parecem fazer parte de um jogo de estimulação, saturação e esvaziamento sensorial, para que, ambigualmente, o olhar descanse e ao mesmo tempo seja estimulado – afinal, são objetos que fazem uso de diferentes retóricas audiovisuais visando o sentir do espectador.

O olhar, ao ocupar um espaço privilegiado na produção do desejo, desliza na busca da “satisfação”. A *pulsão escópica*, direcionada aos “vídeos satisfatórios”, encontra neles um objeto de prazer momentâneo dentre todos aqueles disponíveis no contexto midiático. Em contraste ao ritmo alucinante das produções audiovisuais que o circundam, um “vídeo satisfatório” é uma pausa ativa que ilusiona o descanso. Voltando à pergunta que encabeça este ensaio, é difícil elucidarmos o que de fato satisfazem os “vídeos satisfatórios”. Contudo, ao analisarmos alguns de seus representantes, nos restam indícios de que essa linguagem, tal qual ela é construída na cultura midiática contemporânea (será que daqui a dez ou vinte anos ela será a mesma?), carrega três principais sentidos semiopsicanalíticos, a saber: (a) rigidez versus flexibilidade; (b) ordem versus desordem; (c) perfeição versus imperfeição. Considerando-os como expressões do desejo e da falta compartilhadas por uma geração, observamos reverses e respostas às demandas do contemporâneo, como a volatilidade da modernidade, a relação com as estruturas repressivas e o ideal perseguido da perfeição.

Em linhas gerais, podemos reconhecer que os “vídeos satisfatórios” não caminham pelos rincões do delírio (por exemplo, a estética da psicodelia, outrora em voga na década de 1970, explora outra linguagem audiovisual, a da lisérgia): como

uma boa expressão neurótica, são pontos de eterno retorno do desejo obsessivo (daí a previsibilidade desses vídeos feitos em série) e histórico (da ordem da hipersensibilização promovida por cores, sons e texturas amplificadas ao seu extremo) a inundar os canais de visualizações e rentabilidade.

Como já explorado em outra oportunidade (GONÇALVES, 2022), a leitura da produção, da circulação e do consumo midiático de objetos culturais de nosso tempo nos ajuda a interpretar alguns dos sentidos do contemporâneo. Longe de esgotarmos o assunto, se o sentir é um imperativo, os “vídeos satisfatórios” são um dos sintomas do tempo presente.

Referências

- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- CESAROTTO, Oscar. *Inconsciências*. Psicanálise, semiótica, cultura material. São Paulo: Iluminuras, 2019.
- CESAROTTO, Oscar. *No olho do outro*. “O homem de Areia” segundo Hoffmann, Freud e Gaiman. São Paulo: Iluminuras, 1996.
- FREUD, Sigmund. “O escritor e a fantasia”. In: FREUD, Sigmund. *Obras completas, volume 8: O delírio e os sonhos na Gradiva, Análise da fobia de um garoto de cinco anos e outros textos (1906-1909)*. Tradução: Paulo César de Gomes. São Paulo: Companhia das Letras, 2015. p. 325-338.
- FREUD, Sigmund. “O inquietante”. In: FREUD, Sigmund. *História de uma neurose infantil e outros textos (1917-1920)*. Tradução: Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2010a. p. 328-376.
- FREUD, Sigmund. “O mal-estar na civilização”. In: FREUD, Sigmund. *O mal-estar na civilização, novas conferências introdutórias à psicanálise e outros textos (1930-1936)*. Tradução: Paulo César de Sousa. São Paulo: Companhia das Letras, 2010b. p. 13-123.
- GONÇALVES, Renato. *Eros pornografado*. Homoerotismo masculino e pornografia amadora. Uberlândia: O Sexo da Palavra, 2022.
- GUIMARÃES, Dinara Machado. “O olhar é o avesso da consciência”. In: CESAROTTO, Oscar (org). *Ideias de Lacan*. São Paulo: Iluminuras, 2015. p. 117-123.
- HAN, Byung-Chul. *No enxame*. Perspectivas do digital. Tradução: Lucas Machado. Petrópolis: Editora Vozes, 2018.
- LACAN, Jacques. “O estádio do espelho como formador da função do eu”. In: LACAN, Jacques. *Escritos*. Tradução: Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 1998. p. 96-103.
- LACAN, Jacques. *Seminário, livro 11*. Os quatro conceitos fundamentais da psicanálise. Tradução: M. D. Magno. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- LIPOVETSKY, Gilles. SERROY, Jean. *A estetização do mundo*. Viver na era do capitalismo artista. Tradução: Eduardo Brandão. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
- LYOTARD, Jean-François. *A condição pós-moderna*. Tradução: Ricardo Corrêa Barbosa. Rio de Janeiro: José Olympio, 2000.
- PEREZ, Clotilde. *Há limites para o consumo?* Barueri: Estação das Letras e Cores, 2020.
- PRECIADO, Paul B. *Testo junkie*. Sexo, drogas e biopolítica na era farmacopornográfica. Tradução: Maria Paula Gurgel Ribeiro. São Paulo: n-1 edições, 2018.
- SANTAELLA, Lucia. *Estética de Platão a Peirce*. São Paulo: Experimento, 1994.
- SANTAELLA, Lucia. *Matrizes da linguagem e pensamento*. Sonora visual verbal. Aplicações na hipermidia. São Paulo: Iluminuras, FAPESP, 2005.
- SANTAELLA, Lucia. *Navegar no ciberespaço*. O perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

11. Com fome, bem-estar impossível

“Uma criança que morre de fome é uma criança assassinada”.
Jean Ziegler

O apetite é o índice com o qual a vida humana expõe seus primeiros raios de existência entre o cru e o cozido, o fresco e o podre que compõem a nossa espécie, *homo sapiens*. Hoje sabemos que há 70 mil anos viviam como “caçadores – coletores” nas florestas e savanas se alimentando de frutas, folhas, sementes e carne animal. A relação entre natureza e cultura vai se constituindo a partir da descoberta do fogo e do ato de comer em grupo ou sozinho, enquanto os laços de afetos são a base que estruturam sociedades com normas de preservação da vida.

A fome de uma dada população é sempre um sinal de algo que não vai bem no processo de manutenção da vida humana. Estima-se que no mundo, neste momento pós-crise pandêmica, haja em torno de 600 a 800 milhões de pessoas subnutridas que passam fome, cujo destino certo é a morte precoce e dolorosa. No Brasil, houve um aumento de 7,2% em relação à 2020, dos quais 58% da população sofre de algum tipo de insegurança alimentar. Somente nos domicílios com criança até 10 anos de idade, o aumento foi de 9,4%, onde a renda e o acesso à alimentação saudável tornou-se proibitivo.

Desde os anos quarenta, o problema da fome vem sendo abordado e o grande expoente foi Josué de Castro com a publicação do livro *A geografia da fome* (1946) trazendo uma outra visão a respeito da subnutrição do povo brasileiro, em especial dos famintos do sertão de Pernambuco. A tese principal consiste reconhecer que a causa da fome se deve a fatores políticos e socioculturais, de onde extrai a noção de que há uma generalidade do fenômeno fome em relação às nações subdesenvolvidas Ásia e África, América Central e Sul e assim com outros continentes do planeta.

Na América Latina a desnutrição infantil se mostra pelos sintomas de obesidade e diabetes acentuada devido aos alimentos ultra processados e de pouco valor nutritivo. Estes são classificados segundo o fracionamento de alimentos inteiros em substâncias químicas com o uso de cosméticos e de embalagens que despertam a gula. Esses produtos são altamente lucrativos para a indústria com ingredientes baixos e danosos para a saúde em geral.

No ano de 2021, promovido pela Cátedra Josué de Castro ligada à FSP-USP, o seminário “Geografia da fome: 75 anos em 2021” trouxe à tona que a situação de insegurança alimentar do brasileiro aumentou trazendo impactos na saúde, no meio ambiente e clima e em toda a cadeia alimentar.

As diferentes razões do problema da falta de comida para as populações negras, índios, pobres e desempregados, moradores de rua e dependentes de drogas são apenas a ponta do iceberg do mundo submerso da desigualdade social e econômica da população nacional. No meio acadêmico e de pesquisa é unânime verificar como as causas da fome são sempre a falta de políticas públicas que reduzam e revertam a desigualdade entre os semelhantes.

A fome, como uma doença física e miserável da condição de penúria humana, pode ser classificada como aguda ou crônica, epidêmica (transitória) e endêmica (permanente). Segundo Maria do Carmo Soares de Freitas, em *Agonia da fome*, de 2003, “o sentido da fome tem muitas moradas no corpo, no peito, a cabeça que endoidece, as pernas que não querem andar, os braços que arrepiam...” ou seja, um corpo que só pertence a pulsão de morte vestida pela dor do faminto.

Caso este, do aumento do número de mortes dos índios Yanomamis nos últimos quatro anos (2018-2022), regidos por uma política de extermínio que arrepiam a alma dos vivos. Foram mais de 570 crianças mortas, além de idosos, por desnutrição severa, malária e infestação de mercúrio dos rios contaminados por meio das ações de grileiros e garimpeiros. O descaso e o abandono de uma política indigenista vem de longa data, mas nunca chegou-se a esse grau de maldade e sadismo. A barbaridade genocida expôs uma realidade trágica e cruel que se assemelha a tantas outras que marcaram a história da humanidade, principalmente quando a causa é a fome. São pequenos corpos infantis flutuando nos mares escuros de Lúcifer!

Mais contundente ainda, as enfermidades endêmicas na África e regiões áridas destruídas pelo homem, atingindo crianças de seis meses a dez anos, com a *noma* e a *Kwashiorkor*. São doenças que atacam o peso e a massa muscular a ponto de produzirem alterações psicomotoras, edemas, anemia, as paralisções dos membros, a cegueira e outras em que a vítima sofre de uma “fome silenciosa” até chegar ao óbito fatal.

Jean Ziegler expõe de forma brilhante em *Destruição em massa: Geopolítica da fome*, de 2013, a cena mundial sobre a fome de dez anos atrás. Citando inúmeros exemplos que confirmam a tese de Josué de Castro, o planeta Terra tem alimento para três vezes o total atual da população mundial, entretanto por que ainda os seres humanos são deixados, no mundo, em situação de penúria alimentar?

O autor cita o ilustre caso sobre as missionárias da Madre Teresa de Calcutá, dado numa pequena aldeia de Saga, sul de Niamey, no Níger, que serve de paradigma sobre a fome de viver.

“Diante do portão de metal cinzento, as mulheres se amontoam, os rostos marcados pela angústia...trazem em seus braços uma criança, às vezes duas, cobertas por farrapos...vêm de aldeias atacadas por gafanhotos, distantes 30 a 50 quilômetros...Uma irmã de origem europeia aparece e entreabre o portão...e com um rápido golpe de vista tenta identificar as crianças que ainda têm alguma chance de viver. E finalmente, quinze crianças e suas mães são admitidas” (2013-18).

Enquanto multidões passam fome, outros têm em abundância, e com frequência as crianças ficam mais vulneráveis. Considerando que elas e suas mães receberão o tratamento indicado, as chances de sucesso aumentam sinalizando que o alimento está carregado de inúmeras significações, para além da função nutritiva.

Na esfera da psicopatologia dos fenômenos alimentares, as doenças do corpo provenientes das formas atuais de bulimia/obesidade exibem conjuntamente a atração e o desprezo pelo alimento, resultando num corpo adocicado, disforme e transfigurado.

São os casos de jovens que ao se encaminharem para a vida adulta, se deparam com angústias de castração e de baixa autoestima, enquanto o impulso oral e sua enigmática satisfação desenvolvem o sintoma de comer em demasia, onde o excesso denuncia o gozo do Outro. A meta é atingir *Lust*, o prazer imediato do corpo que se constitui como uma tendência constante. E muito frequente que *Unlust*, o desprazer se disfarce em *Wunch*, que significa o gozo do Outro e agente da privação de um corpo e vida saudável.

Na outra ponta, a bulimia exhibe corpos sofridos pelos vômitos autoinduzidos, medo de engordar e distorção da imagem corporal, uso excessivo de diuréticos com complicações endócrinas, gastrointestinais, hematológicas e cardiológicas. As estratégias encontradas pelo sujeito de evitar o dano imaginário do corpo são de todos os tipos: não fazer as refeições com os familiares, restrição a vários grupos alimentares (carnes, doces e carboidratos), enquanto na bulimia, após ingerir uma grande quantidade de doces e sorvetes, corre ao banheiro e provoca o vômito e desarranjos intestinais a ponto de habitar mais este recinto do que qualquer outro da casa.

Os sintomas revelam, como costuma ser com as outras formações do inconsciente, o recalque materializado no corpo e na fala. Seja pela frustração, ou pela privação e até mesmo pela castração, a falta/presença do objeto põe em operação o funcionamento do aparelho psíquico. No pior, quando a vida é interrompida pela desnutrição e o desrespeito ao próximo, impera o emblema da pulsão de morte.

A luta pela sobrevivência equivale ao que Freud designou de fases pré-genitais do desenvolvimento libidinal na infância. Aqui, a função nutritiva esta associada a função sexual e por ser o primeiro estágio, *oral*, o impulso é canibalesco e o objetivo consiste na incorporação do objeto. Isto significa que *“a atividade sexual ainda não se separou da ingestão de alimentos, nem são correntes opostas dentro da atividade diferenciada”*. (Freud: 1977: 204 Três ensaios) Mas essa situação deveria ser transitória para dar lugar a uma identificação que lhe possibilitasse a ir em frente; entretanto, quando a fome é da ordem do real, só mesmo o imponderável destino.

A segunda fase pré-genital, *sádico anal*, ocorre sob dois diferentes níveis, onde predominam as tendências conservadoras de reter e controlar o objeto e outro que é hostil com impulsos de destruição e de perda. Segundo Karl Abraham, o intervalo entre reter e expulsar o objeto *“é decisivo na atitude do indivíduo para com o mundo exterior...é nessa linha divisória que começa o objeto de amor, no sentido mais estrito, porque é nesse ponto que a tendência a preservar o objeto começa a predominar”*. (Abraham 1970:94)

Arelados pela função do amor, o ser dá as caras e vai se revelando pelas carências expostas da perda de um tipo de satisfação pulsional primitiva entre mãe-filho. Sob os auspícios do Outro da linguagem, a mãe, ao navegar no oceano da trinca dos registros – real, simbólico e imaginário – faz surgir *a sua majestade o bebê*. Assim, o *narcisismo primário* revela o momento em que uma potência psíquica emerge a função do Eu ao dar lugar a um corpo libidinal.

O corpo infantil, nutrido e amado, segue seu fluxo de desenvolvimento sob a organização genital infantil, que define caminhos confluentes, tal qual quando a ingestão de alimento resulta em um tipo de satisfação sexual da zona labial, mas também o seu oposto, quando ocorrem distúrbios de nutrição em virtude da zona erógena sofrer alguma perturbação.

Ou seja, entre o somático e o psíquico há um organismo que se intitula sujeito, justamente por estar afetado com certa cota de afeto e de significação fálica. A *fase fálica*, consiste em ser uma lamparina, aquela que ilumina o caminho que o desejo irá percorrer ao longo da vida, mas não se pode achar que tudo serua um mar de rosas! No caso das perturbações alimentares, o objeto *alimento* assume um estatuto muito particular e preponderante na economia libidinal.

Se há uma relação intrínseca entre o desejo do Outro e o corpo erógeno afetado pelo significante, o objeto consiste em suportar as tendências tanto amistosas como as hostis. Abraham clareia esse aspecto do desenvolvimento em que *“os impulsos sádicos apresentam uma afinidade especial precisamente com o erotismo anal e não, por exemplo com o erotismo oral ou o genital”* (Abraham 1970:88). Isto é, que as tendências opostas existem similarmente no campo dos impulsos sádicos.

A repulsa e a atração se confrontam num jogo de espelhos e semblantes ao compor um ser absorvido por tendências opostas. Assim como na bulimia e nos sintomas intestinais e de evacuação/retenção das fezes, o Eu fica à serviço do imperativo categórico do Supereu que impõe um regime alimentar onde a gula e a voracidade abocanham o objeto; em seguida a repugnância, o nojo e a náusea expulsam para fora do corpo.

O lixo e as fezes se equivalem na medida em que cenas cotidianas das grandes cidades exibem o submundo da fome e o desprezo humano; em outras palavras, quando vemos pessoas famintas remexerem os cestos de lixo das calçadas à procura do alimento. São cenas de degradação da vida humana formando um corolário de paixões, tais quais, o desprezo, a repulsa, ou até mesmo a compaixão como forma de dividir o sofrimento alheio.

Portanto, ao sermos sobreviventes da pandemia Covid-19 e mais preparados para restaurar a condição humana à sua potência, o véu que encobre esse mal-estar da civilização pôs em relevo as fissuras e fraturas existentes em relação à preservação da espécie. A civilização está sendo posta em xeque, pois toda vez que a tendência à depreciação ao direito de viver progride, a pulsão de morte tenta sobrepujar a pulsão de vida.

Referências

ABRAHAM, Karl. *Teoria psicanalítica da libido*. Rio de Janeiro; Imago, 1970.

FREUD, Sigmund. *Três ensaios para uma teoria da sexualidade*. (1905). Rio de Janeiro; Imago, 1977.

FREITAS, Maria do Carmo. *Agonia da fome*. Bahia; Ed. Edufba, 2003.

MENA, Fernanda. *Dieta saudável mais cara do mundo está na América Latina*. FSP - 24/01/2023.

ZIEGLER, Jean. *Destruição em massa: geopolítica da fome*. São Paulo; Cortez, 2013.

12. Metodologia empregada na Psicanálise em extensão

Trabalho em progresso. Inédito. 2017

A psicanálise ocupa, no conjunto das ciências humanas, um lugar relevante, por fornecer muitos instrumentos conceituais úteis para todas elas. Em princípio e por princípio, fundamenta-se como *práxis*, o tratamento do real pelo simbólico; ou seja, para dizer pragmaticamente, a resolução dos transtornos neuróticos através e por meio da fala. Prescindindo de remédios para obter a cura, a psicanálise explora o inconsciente pelas associações livres do paciente e as interpretações do analista, possibilitando uma clínica do singular. O método de investigação consiste em evidenciar a significação latente das criações imaginárias das formações do inconsciente, manifestas em sonhos, fantasias, ficções e delírios. Para isso, é necessário decifrar os significantes em jogo, sem nenhuma forma pressuposta de significado, visando atingir a dimensão subjetiva dos dizeres e dos atos.

Logo, da prática resulta a teoria, como formalização das observações e especulações sobre o funcionamento do aparelho psíquico e suas peculiaridades individuais. A disciplina inaugurada por Sigmund Freud desdobra-se como metodologia terapêutica; nomenclatura clínica; técnica específica; sistema de pensamento e transmissão didática. A doutrina é enriquecida pelas contribuições dos seguidores, praticantes só depois de terem sido analisados. Nesta alçada situa-se a assim chamada *psicanálise pura*, em primeiro lugar, pela finalidade psicoterápica; ainda mais, quando o saldo de uma análise bem-sucedida é um analista.

Eficácia, casuística e elaboração intelectual consolidam um corpo de saber que pode ser instrumentado ainda, em outras áreas do conhecimento. A *psicanálise aplicada*, extrapolando os limites dos consultórios, se adentra no espaço coletivo para confirmar postulados ou levantar questões sobre a psicologia das massas. Para tanto, considera que a cultura pode ser lida como um texto e escutada como um discurso, entrelinhas, para desvendar lógicas, reticências elinhas e de fuga.

Interrogando suas produções sem preconceitos, colocam-se em causa motivações e contradições, ideais e sintomas. A instrumentação do método analítico permite levantar hipóteses e efetuar diagnósticos concernentes à realidade da vida cotidiana na contemporaneidade, em sintonia com outras ciências conjecturais.

Quando se fala da *psicanálise em intensão*, trata-se do diálogo analítico enquanto experiência individual capaz de retificar a subjetividade pela análise dos fatos clínicos, seu intuito específico. Disto decorre uma teoria geral do psiquismo, denominada metapsicologia. Ao mesmo tempo, pela exportação de suas premissas e axiomas a outros territórios significantes, dissemina-se a *psicanálise em extensão*. As manifestações do inconsciente, presentes em todo e qualquer afazer humano, demandam ser interpretadas na complexidade das construções culturais de cada época, no cruzamento interdisciplinar dos discursos que determinam os laços sociais. Não há disjunção entre a intensão e a extensão, perspectivas convergentes na procura do saber não sabido e da verdade para além da aparência.

Estratégias da Psicanálise em extensão

Existe um crescente campo de trabalho que se baseia em estratégias psicanalíticas interpretativas para enriquecer a nossa compreensão dos processos psicológicos envolvidos nos investimentos em determinadas posições discursivas. Sem defender a irredutibilidade do social ao psicológico, mas explorando a forma como os desejos e anseios dos indivíduos podem mediar a acessibilidade de discursos sociais, a interpretação psicanalítica pode ser pensada como uma análise narrativa refinada, bem como uma interpretação reflexiva, em relação à própria pesquisa, que tem com finalidade buscar maneiras de possibilitar aos produtos culturais humanos novas formas discursivas, em vez de tentar “fixar” significados. A psicanálise se preocupa com a interpretação do significado da experiência; o que ela diz sobre realidades subjetivas não representam a “verdade” no sentido comum do termo. É assim que a análise, como terapia, foca apenas a fala do analisando, sem presumir se este reflete ou representa eventos reais. Freud (1937:266) argumentou que a convicção segura do paciente da ‘verdade da construção’ seria suficientemente terapêutica.

O interesse na linguagem utilizada assim, não se dá pelo seu valor de verdade, mas pela capacidade de construir experiências de diferentes modos, criando múltiplas realidades. Portanto, a psicanálise está na via semelhante às teorias construcionistas do sentido, entendendo que nosso acesso à realidade está sempre mediado pelo inconsciente e pelos discursos que promovem os liames sociais; um método que captura subjetividade e linguagem pensadas como sobredeterminadas, fragmentadas e permeadas pela multiplicidade, produzindo os laços sociais através dos particulares sentidos subjetivos que são realizados sob intersubjetivas condições na sociedade.

Ao recusar dualidades como indivíduo/sociedade, Freud defende que as influências sociais, especialmente através das instituições, sujeitam a entrada de cada um por meio da construção de ideais que articulam os processos narcísicos e coletivos, forjando formas de convivência que sustentam no limite o que entendemos por civilização. Este processo implica diretamente, entre outras coisas, as formas de reconhecimento de cada sujeito pelo grupo e sociedade onde este vive e oferecem variações de pertencimento/exclusão que tem ligação direta com as necessidades de todos, em particular, associadas às questões relacionadas à condição de mútua dependência humana.

A metodologia empregada na psicanálise em extensão (também chamada de psicanálise aplicada por Freud) se dá pela vertente dos discursos que produzem os laços sociais que, para Lacan são laços discursivos, articulando a especificidade de cada fenômeno, em suas determinações/efeitos subjetivos e intersubjetivos. Esses efeitos podem ser pensados na forma de sintomas sociais, inscritos de diferentes modos nas sociedades em cada época, que agem sustentados por uma fantasia que funciona sempre como proteção contra a castração. Este sintoma tende a formatar a cultura a que pertence e reflete a organização subjetiva de indivíduos e comunidades, expressando mensagens que possibilitam o acesso ao imaginário subjacente aos diversos tipos de organização dos grupos sociais, grupos estes que, por sua vez estabelecem lugares simbólicos aos sujeitos que deles participam. Neste sentido, a prática extensiva da psicanálise pode abordar produções humanas no campo da cultura para as quais não dispomos da técnica da associação livre (Laplanche e Pontalis, 1971), preconizada na *psicanálise em intensão*; em termos lacanianos, a prática clínica.

Freud recorre a análise de fenômenos coletivos como forma de compreender os processos individuais. A psicanálise, no entanto, constitui um saber derivado, mas não integrante, do campo científico na medida em que resulta da operação de “subversão” desse campo pelo viés do questionamento do sujeito. Diversamente, a psicanálise veio confrontar a ciência ao demonstrar que o objeto do conhecimento não se dá a conhecer e que o discurso científico funciona pela eliminação do sujeito (Pinto, 2009). Plon (1999) sugere que o caminho metodológico da psicanálise seria o de isolar elementos subjetivos empregados nas práticas sociais e se aperceber de como estas práticas sociais implicam sobre as questões subjetivas.

Na tentativa de construir dispositivos de análise que permitam apreender as articulações entre sujeito e sociedade, algumas questões são primordiais. Antes de tudo, a metodologia psicanalítica, em qualquer caso, trata-se de fazer emergir as injunções inconscientes-o saber não-sabido-que produzem as falas dos sujeitos que produzem os atos que podem ser realizados solitariamente ou em grupo. Também é preciso enfatizar que Freud rejeita a divisão indivíduo-sociedade preconizada por algumas formas de psicologia social, defendendo que este indivíduo já é desde sempre influenciado psiquicamente pelas instâncias sociais (família, grupos, instituições) realimentando a sociedade na sua condição de pertencimento e atuação no meio social.

A subjetividade resultante se produz na constante tensão entre o assujeitamento à ordem discursiva e a resistência a esse mesmo discurso, isto é, o sujeito que só se produz pela sua entrada na linguagem, na submissão ao simbólico, é também produtor da linguagem. Assim, seu discurso tem estatuto material do ato, ou seja, é algo que faz acontecerem coisas, produz (produções sociais) ao mesmo tempo que é produto do social. Este discurso deve ser disposto na maneira de produzir interpretações que tem diferente estatuto daquele obtido na prática clínica: na *psicanálise em intensão* ou aplicada a fala dos sujeitos e os atos resultantes dela já aconteceram. Neste aspecto, há uma

reatualização do discurso para que se possa produzir uma interpretação, nos mesmos moldes que temos o *efeito de realidade* no cinema, ou seja, agimos como em uma perícia técnica policial, onde a história tem de ser ‘revivida’ para que se encontre as incongruências que fazem emergir os conteúdos inconscientes.

Deste jeito, a pesquisa em psicanálise teria de assumir que este saber sobre o inconsciente tem o estatuto de invenção, pois não pode ser acessado diretamente, contrastando com a pesquisa universitária, sempre pressionada pelo fascínio de ter que tudo saber. Ao se analisar nas produções humanas os traços das relações entre Eu Ideal/Ideal do Eu/Supereu, pode-se dizer que esta perspectiva se alinha a uma análise materialista-histórico, na medida em que o Eu-ideal (fonte narcisista das imagens de completude) é alimentada pela história da cultura da mesma maneira que o Ideal do Eu (fonte das demandas sociais de adequação e realização social), neste circuito pode-se postular a articulação entre narcisismo e sociedade.

Por este viés, temos um movimento dialético: o movimento do Eu-Ideal em direção ao Ideal-do-Eu resulta em uma síntese que realimenta a cultura e que produz, em simultâneo, novas fontes de alimentação às duas instâncias. O Supereu, nesta lógica, funciona como na forma do Ideal do Eu, como uma agência que impõe ao sujeito exigências impossíveis de serem cumpridas.

Ferramentas para abordagem do objeto de pesquisa

Se entendemos que o inconsciente participa da construção da produção cultural humana, o que nos impede de utilizar as mesmas práticas que utilizamos na clínica? A despeito das questões específicas da clínica, como a transferência, que fazem com que grande parte dos psicanalistas rejeitem a possibilidade de uso das técnicas clínicas na psicanálise aplicada, talvez devêssemos nos deter mais na possibilidade de escuta que podemos ter na psicanálise aplicada. Esta escuta, no entanto, tem especificidades. A associação livre, os sonhos, os atos falhos, os chistes, do mesmo jeito que, nas sessões, aparecem mais quanto menos os produtos resultantes desta fala dos sujeitos forem “pensadas”. Podemos encontrar exemplos com muito mais facilidade nas escritas das novas mídias sociais do que em uma obra literária; mas ainda nesta também postulamos que isso seja possível, como Freud fez com de Leonardo da Vinci ou Lacan a respeito da obra de James Joyce.

Essa leitura não pode ser feita da mesma maneira que acontece na clínica pois há um efeito do tempo: sua leitura acontece a partir do texto e da produção que sofre inferências do inconsciente. Ilustrando mais especificamente: quando torcedores de futebol escrevem falas chistosas a respeito da torcida rival, são veiculados elementos recalçados (na forma de atos falhos), bem como a maneira que estes se articulam como ideais na configuração sintomática que representa o pertencimento a uma ou outra torcida. De forma semelhante, nas manifestações relacionadas às políticas encontradas nas mídias, poderíamos insistir que este

modelo também serviria a uma interpretação de fenômenos específicos – como eleições – que a cada dia mais se assemelham à condição de pertencimento/reconhecimento na forma de torcidas. Também um filme pode ser lido como um sonho, como algo que produz um efeito de realidade, que atualiza alguma verdade dos sujeitos, a partir de fragmentos de pequenos eventos muitas vezes aparentemente desconexos.

Por fim, seria preciso reafirmar que não há intenção de busca de uma verdade através da pesquisa: a verdade é a verdade de cada sujeito, mas o que encontramos na pesquisa psicanalítica aplicada pode ser pensada como algo que constrói uma outra verdade:

Interessante notar que se trata de um espaço completamente diferente daqueles laboratórios das ciências convencionais. Nas pesquisas de orientação psicanalítica, os alunos são movidos por questões que lhes tocam como sujeitos. Não é possível ao orientador sugerir a tese a ser demonstrada, porque a subjetivação da teoria determina o tema, a hipótese, e o modo como ela será verificada. O aluno frequentemente descobre o que queria esclarecer após começar a escrever e se surpreende com o valor da escrita na produção do saber. A formalização exige novas redações e pesquisas, e os obstáculos que surgem são pessoais e intransferíveis. O pesquisador está presente na investigação e conduzirá sua pesquisa da mesma forma que um analista conduz as análises, isto é, de acordo com a maneira como finalizou a sua própria análise. (Pinto, 2009:09)

Na pesquisa em psicanálise, destaca Mirian Debieux Rosa (2004) alguns autores que apontam para a formulação estas questões:

Althusser (1964/1991) considera que cabe à psicanálise elucidar alguns problemas na articulação sujeito e sociedade: pensar a relação da estrutura formal da linguagem com as estruturas concretas de parentesco, as formações ideológicas em que são vividas as funções específicas (paternidade, maternidade, infância); pergunta-se sobre a variação histórica dessas estruturas e como podem afetar a subjetividade – pergunta bastante atual. Pergunta-se também sobre quais as relações da psicanálise com sua condição de aparecimento histórico e quais as suas condições sociais de aplicação. Birman (1994) afirma que algumas temáticas de outras disciplinas, como o poder, a crença, o valor, a ética, a violência, a cientificidade, assumem certa singularidade quando se lhes imprime um recorte psicanalítico ‘que retoma estes temas a partir do lugar da função sujeito em psicanálise’. Exemplifica vários pontos, dos quais destacamos a leitura pulsional do poder, ‘recorte que remete para a oposição guerra e política, entre força e retórica, de maneira a buscar com estas equivalências um diálogo possível da psicanálise com a filosofia política’. Outros temas são também indicados por Plon (1999). Para esse autor, a psicanálise extramuros ou aplicada, como prefere, pode isolar os

elementos da subjetividade empregados nas práticas sociais e esclarecer o que dessas práticas enriquece o conhecimento das engrenagens da subjetividade (alemães no nazismo). No campo dos processos políticos, sugere a investigação dos modos de relação transferencial e organização pulsional utilizados para governar; modos de evitação da castração a serviço da boa gestão empresarial. A análise poderá ser feita, também, de acordo com Lacan, pela vertente dos discursos, que produzem uma certa forma de laço social, articulando-os à especificidade do fenômeno, suas determinações e seus efeitos subjetivos e intersubjetivos. Em Lacan, os laços sociais são laços discursivos; as relações de linguagem entre as pessoas definem as maneiras diferentes de distribuição de gozo. (p.337-8)

Fatos e narrativas

Quando agregamos pessoas e tratamos a diversidade como uma variável de erro em busca do que é comum, corremos o risco de não apreender a verdade para ninguém. O esforço de pesquisa fundado na ideia que o sujeito pesquisado pode dizer sobre si mesmo como uma sorte de especialista insuperável sobre suas próprias experiências, suportado teoricamente pela suposição de que estes sujeitos são transparentes para si mesmos, permanece como ponto de partida inquestionável para a maioria das pesquisas qualitativas a muito tempo e ainda hoje.

Outro pilar básico das pesquisas seria a ideia de que as palavras significam a mesma coisa para entrevistador e entrevistado, um significado compartilhado que pressupõe que aquilo que é perguntado é literalmente entendido nos mesmos termos pelos dois. Esta pressuposição implica não apenas que o sujeito de pesquisa é transparente, mas que o próprio pesquisador é transparente para si próprio, o que determina uma ficção de sujeito-unitário-racional, a ser assumido pelos pesquisadores como uma forma de supra entidade.

De modo diferente, a pesquisa em psicanálise parte do ponto de que o sujeito de pesquisa está sempre em posição de defesa contra a angústia inerente à condição humana. Este pressuposto tem que ser levado em conta já que esta mobilização inconsciente implica diretamente as ações pessoais, incluso as relações de pesquisa. Como é de amplo conhecimento, a diferença entre um acontecimento e a sua narrativa, situação constantemente evocada nas entrevistas de pesquisa, é a forma como o narrador faz relevância ou não de certos aspectos deste acontecimento; isto é, existe evidente ou não, uma responsabilização do narrador-sujeito de pesquisa sobre aquilo que ele destaca ou oculta em uma narrativa. A narrativa por sua vez, não é inventada **ex-nihilo** pois pressupõe uma contextualização da realidade preexistente, obedecendo a uma longa tradição de buscar organizar os relatos coerentemente, no formato causa-consequência. Para grande parte dos pesquisadores de diversas áreas, a narrativa é um dos pilares –se não o mais importante– de organização social de pessoas na forma de grupos, sociedades e civilizações, o que implica não apenas o estilo de descrever os outros

mas a maneira de descrever a si próprio.

Neste ponto, Freud, na prática clínica, recomendava que o paciente falasse o que viesse à mente sem se preocupar com a importância ou a relevância das palavras ou sua coerência. Isto é, ao desenvolver a técnica de associação livre vemos como ele já buscava uma estratégia para contornar o problema central da narrativa, dar coerência lógica a fatos, ao mesmo tempo encobrindo o papel do sujeito na articulação desta coerência buscando o estatuto de verdade para além deste, em outras palavras, a crença do sujeito de sua verdade ter estatuto de realidade.

Há uma série de maneiras que podem tornar a psicanálise parceira dos plenos esforços de investigação e, ao mesmo tempo, manter a profundidade clínica e a riqueza de seu trabalho com os pacientes. É nossa tarefa construir pontes com áreas relevantes das ciências em desenvolvimento, pois como a física quântica e a física newtoniana (que explicam o mesmo mundo com pressupostos diferentes), devemos lançar cordas para entender como o sintoma individual e o social são uma única e mesma coisa, separada (talvez) pelo foco do nosso olhar.

Formas de obtenção de material e de recorte do objeto da pesquisa

Podemos pensar, então, em três modalidades de pesquisa em psicanálise: a “pesquisa-escuta”, a “pesquisa-investigação” e a “pesquisa fundamental”: a primeira, pesquisa clínica que se utiliza da escuta fluente, das associações livres do analisando; a segunda, a pesquisa “teórico-metodológica” que procura aperfeiçoar a teoria psicanalítica enquanto corpus teórico e campo conceitual; assim como a primeira, se relaciona com a prática clínica. A terceira é destinada a investigar os fundamentos epistemológicos dos processos sociais e/ou culturais.

Na prática investigativa, muitas formas de obtenção do material de pesquisa são compartilhadas pela psicanálise e por outras teorias. Elencamos aquelas mais usadas: *Entrevista* – Uma das mais utilizadas formas de obtenção de material, podendo ser feita de forma direta ou indireta (via questionários). *Pesquisa bibliográfica* – A escolha de textos acadêmicos/literários a partir de um determinado recorte teórico ou de estudo de determinado sintoma social. *Discursos midiáticos* – Jornais, revistas, filmes, publicidade, cartazes, enfim, as mídias tradicionais, incluídas nos últimos tempos e com crescente importância as chamadas novas mídias (internet, blogs, sites, redes sociais). *Grupos Focais* – Grupos formados por sujeitos de pesquisa envolvidos em alguma forma de discurso que discutem um assunto, com pouca intervenção do pesquisador, produzindo material para análise a partir do tema de pesquisa.

O problema da pesquisa deve nascer do próprio campo a que pertence, sem descuidar em sua formulação de como este se relaciona com a teoria selecionada para a investigação. Do material escolhido os elementos comuns

vão sendo destacados a fim de constituir a questão a ser estudada. Muitos dos trabalhos podem ser ajudados por estudos anteriores, auxiliares tanto quanto ao conteúdo quanto a metodologia empregada, lembrando que a investigação em psicanálise é um processo investigativo não conclusivo.

Muitas destas formas de pesquisa devem ser realizadas em conjunto com outras metodologias mais próximas do campo de origem do material, por exemplo, uma pesquisa sobre cinema deveria se utilizar, além da teoria psicanalítica, da metodologia de análise fílmica, na obtenção dos significantes privilegiados pelo recorte do tema. A perspectiva psicanalítica pode e deve ser orientada pelo diálogo com por outras, como a psicologia cognitiva, a psicologia do desenvolvimento, a sociologia, a neuropsicologia, a antropologia etc., realizando o que, em epistemologia, tem sido conhecido como complementarismo metodológico (Devereux, 1967), uma forma complexa de transdisciplinaridade.

Referências

- ALBERTI, S & ELIA, L (orgs.). *Clínica e pesquisa em psicanálise*. Rio de Janeiro: Rios Ambiciosos, 2000.
- BAIRON, S. *Transdisciplinaridade*. São Paulo: Futura, 2002.
- BIRMAN, J. *Psicanálise, ciência e cultura*. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.
- DEVEREUX, G. *De la ansiedad al metodo en las ciencias humanas del comportamiento*. Mexico: Siglo XXI, 1967.
- DUNKER, C. *A controvérsia do método*. In: *Estrutura e constituição da clínica psicanalítica: uma arqueologia das práticas de cura, psicoterapia e tratamento*. São Paulo: Annablume, 2011.
- ESTMAN, Aaron. *What is 'applied' in 'applied psychoanalysis'?* Int. J. Psycho-Anal.1998.
- FREUD, S. *Sobre o ensino da psicanálise nas universidades* (1919). In Edição Standard Brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud. Rio de Janeiro: Imago, 1987.
- FREUD, S. *O método psicanalítico de Freud* (1904). ESB, v. VII.
- HERRMANN, F. *O método da psicanálise*. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- HERRMANN, F & LOWENKRON, T (orgs). *Pesquisando com o método psicanalítico*. São Paulo: Casa do Psicólogo. 2004.
- IANNINI, G (2007). *Psicanálise: ciência extima*. Epistemo-somática: Belo Horizonte, v. IV, n. 1, 2007.
- JORGE, M. *Discurso médico e discurso psicanalítico*. In: CLAVREUL, J. *A ordem médica: poder e impotência do discurso médico*. São Paulo: Brasiliense: 1983.
- LACAN, J. *A Ciência e a verdade*. In: *Escritos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.
- LO BIANCO, A. *Sobre as bases dos procedimentos investigativos em psicanálise*. Psico-USF, v. 8, n. 2, 2003.
- LOUREIRO, I. *Sobre algumas disposições metodológicas de inspiração freudiana*. In E. Queiroz & A. R. Silva (orgs). *Pesquisa em psicopatologia fundamental*. São Paulo: Escuta, 2002.
- MEZAN, R. *Pesquisa em psicanálise: algumas reflexões*. *Jornal de Psicanálise*, São Paulo, v. 39, n.70, 2006.
- MAINGUENEAU, D. *Novas tendências em análise do discurso*. Campinas: Martins Fontes, 1989.
- MILNER, J-C. *A obra clara: Lacan, a ciência, a filosofia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.
- NOGUEIRA, L C. *A pesquisa em psicanálise*. *Psicol. USP*, São Paulo, v. 15, n. 1-2, 2004.

- PACHECO FILHO, COELHO JUNIOR, ROSA, M (orgs). *Ciência, representação e realidade na psicanálise contemporânea*. São Paulo: EDUC - Casa do Psicólogo, 2000.
- PINTO, J. *Resistência do texto: o método psicanalítico entre a literalização e a contingência*. Ágora, Rio de Janeiro, 2001.
- PINTO, J. *Uma política de pesquisa para a psicanálise*. CliniCAPS. Belo Horizonte, 2009.
- ROSA, M. *A pesquisa psicanalítica dos fenômenos sociais e políticos: metodologia e fundamentação teórica*. Rev. Mal-Estar Subj. [online]. 2004.
- SAURET, M. *A pesquisa clínica em psicanálise*. Psicologia USP. São Paulo, v. 14, n. 3, 2003.
- SILVA, M (org). *Investigação e Psicanálise*. Campinas: Papyrus, 1993.

13. Transistórilai

“Mentalidad me encanta, Es así como se lanzan nuevas palabras.”
Marcel Proust, *En busca del tiempo perdido*, *El camino de Guermantes*.

*“Que uma semiótica se defina desde o campo, -originalmente clínico- da psicanálise é, por acréscimo à história da cultura, um ainda outro e bem-vindo sintoma relativo às circunstâncias contemporâneas, quando se desenham mudanças formais na noção de sujeito em favor da noção de consumidor. Que este sujeito seja atravessado por novas formalizações da linguagem, da **mass média**, são aspectos relativos à semiótica; que seja ele também estimulado a consumir e dar-se ao consumo como essencialidade de sua relação com o outro, eis um aspecto psicanalítico”.*

Clóvis Pereira dos Santos.

Quando Samira Chalhub, Lucia Santaella e Oscar Cesarotto iniciaram o caminho do que veio a ser a semiótica psicanalítica que hoje nos ocupa, se inscreveram automaticamente em uma forma de pensar e ver a cultura como um conhecimento de fronteira, onde os saberes já consolidados procuram expandir seu entendimento, geralmente recorrendo a outras disciplinas.

Nesse percurso, o feliz encontro com Clóvis Pereira trouxe o elemento concreto da história (que entendemos aqui como materialismo) para a composição desta vertente de pensamento/decifração da cultura do já avançado e traumático século XXI, e que se propõe instrumentalizar a semiótica psicanalítica como ferramenta no trabalho da história das mentalidades, entendendo a abordagem de forma concreta, não como ideia. No presente texto, procuramos estabelecer os parâmetros teóricos que guiam esta abordagem da história pelo viés da semiótica psicanalítica, uma pequena contribuição entre o mundo da cultura e das mentalidades, onde discursos e abstrações visam afastar os sujeitos da concretude da existência.

Pensando filosoficamente...

Em termos filosóficos, a abordagem de Engels (1886) coincide com nosso entendimento e de certa forma o norteia:

“A questão essencial de toda filosofia, particularmente da mais moderna, é a pergunta sobre a relação entre pensamento e o ser. Os filósofos a dividiram em dois campos, aqueles que afirmam a existência do espírito anterior à natureza, e que formam o campo dos idealistas..., e aqueles que veem o princípio na natureza, e que se encontram nas diversas escolas do materialismo”.

Aqui temos uma clara separação entre idealismo e materialismo desde a relação entre ser e pensamento. Nessa perspectiva, entendemos que a cultura é construção social, humana, a partir da linguagem e esse é seu aspecto natural, ambos, cultura e linguagem, são produtos do pensamento. Nesse sentido, a grande descoberta de Freud é a existência do inconsciente, e a de que o mesmo é legível, até porque se estrutura como linguagem. Essa grande descoberta freudiana, definida posteriormente por Lacan, é o que faz com que a psicanálise cumpra a exigência determinista do materialismo, seja uma ciência e tenha as suas leis, como aponta Flournoy em 1932:

“Para a psicanálise, o que interessa como ciência não são os dados proporcionados pela exploração detalhada de um sujeito individual e sim as regras gerais, as leis uniformes que podem ser extraídas disso”.

Ou seja, ao ser possível penetrar no inconsciente com o rigor necessário para eliminar qualquer noção de charlatanice ou magia, a psicanálise confirma a tese materialista de que o pensamento está determinado pelo ser que, por sua vez, está determinado socialmente. Freud procurou pensar a fronteira entre psicologia individual e psicologia social, entendendo que a partir da psicanálise é inconcebível o sujeito isolado, reconhecendo assim a importância do outro, do semelhante, para a constituição do ser humano: o outro como auxiliar, como modelo, como objeto ou como inimigo.

A psique individual é, no fundo, a do ser social e vice-versa. Este ser social é produto de sua cultura, mediador constante da experiência, mas a sua transição do ser natureza para o ser da cultura deixou rastros que as ciências humanas procuram entender. Vale lembrar que as abordagens freudianas possuem um evidente viés antropológico, tendo seus estudos derivado desde cedo numa antropologia psicanalítica onde se combinam ambos os métodos no estudo dos comportamentos e estruturas sócio culturais. Nosso entendimento de cultura também procura contribuir para a metodologia analítica dos grupos sociais, e nessa linha *...para a Semiótica Psicanalítica, a cultura é o estilo particular de recalque para cada sociedade, sendo que o recalque é a operação psíquica que busca repelir ou manter no inconsciente imagens, pensamentos e lembranças que ameaçam provocar desprazer.*

Procurar sintomas em imagens, fenômenos sociais, discursos é nossa tarefa, visando uma ampliação do entendimento desta realidade e dos contextos do passado. Ao achar um sintoma, isto é, uma contradição, achamos o concreto do corpo social coberto numa forma de ação e pensamento, de inconsciente e recalque, onde as ações de conjunto apontam significados diferentes ao que parece evidente, mas mantendo estruturas ideológicas e de classe na maioria das vezes.

Pode-se perceber que a demanda por interdisciplinaridade no estudo dos fenômenos da cultura é um dos pilares na abordagem que se pretende e nesse sentido, a História e sua metodologia não podiam ficar de fora, principalmente se há a intenção de um amplo espectro, de uma história do todo, como pretendia Marc Bloch, e desta forma escudrinhar cada aspecto da cultura e a ação dos homens para se ter uma ideia concisa de um objeto tão amplo, tão presente e tão determinante. A psicanálise, trabalhando de forma sincrônica com os sujeitos sociais imersos na sua cultura, como se inscreve numa disciplina fundamentalmente diacrônica como a história? Essa é justamente a importância do estatuto científico da psicanálise, na medida em que as regras gerais se aplicam aos homens em qualquer época, sempre levando em conta o fenômeno de sua cultura e o “aparelhamento mental” resultante. Uma mentalidade medieval possui a mesma estrutura que uma mentalidade moderna, mesmo porque humana; no entanto, esse ser está evado pelo modo de produção e pela cultura resultante. Esta cultura, por sua vez, é um processo com diferentes momentos específicos onde o sujeito se inscreve, alguns remontando a um passado desconhecido ou distante, outros próprios de seu momento, implicando sempre numa jornada “através da história”, título deste trabalho que procura apresentar as ferramentas constitutivas da abordagem que é feita no nosso curso.

As mentalidades e o tempo

Muitas vezes, numa conversa qualquer sobre o agir de algum conhecido, ou mesmo desconhecido, usamos a palavra *mentalidade* como forma de definição de uma maneira de pensar que procura mostrar um comportamento mental do referido sujeito. Damos por subentendido tanto o termo mental como mentalidade, este derivando daquele, significando forma de pensar ou mesmo estado de espírito. Novamente nos encontramos então, com a questão do ser e o pensamento, condensados numa palavra, mentalidade. Ora, vimos como em definitiva a psicanálise trabalha com o ser social, um ser que pensa e possui mentalidade. Se isto é correto, “historicizar” as mentalidades é uma forma de compreender fenômenos da cultura numa época determinada, e assim ações e posturas de sujeitos históricos que podem ou não conformar uma massa, ou de movimentos sociais. Por exemplo, uma mentalidade religiosa medieval não é igual a uma mentalidade religiosa atual, embora a religião sim seja a mesma.

¹ Marx, Karl; Engels, Friederich, A Ideologia Alemã

² In Jean Audard Del carácter materialista del psicoanálisis (1933) Título original em frances: “Du caractère matérialiste de la psychanalyse” (primeiro publicado em setembro de 1933 no volume 20 da revista Cahiers du Sud e posteriormente republicado em 1989 no número 27/28 de Littoral).

³ Cesarotto, Oscar.

É interessante perceber que se pode aplicar a uma “história do tempo presente” ou sincrônica, explicando sintomas e fenômenos da cultura, e pode somar-se à história psicológica ou das mentalidades, procurando extrair o espírito de uma época, de forma a facilitar ou esclarecer fenômenos da cultura para além dos fatos e personagens. Estudar as mentalidades é trabalhar com o cotidiano, com o automático, com aquilo que escapa dos sujeitos individuais, com o não dito, com aquilo que é revelador do conteúdo impessoal do pensamento.

“[La historia de las mentalidades]...es lo que César y el último de sus soldados, san Luis y los campesinos de sus tierras, Cristóbal Colón y el marino de sus carabelas tienen en común. La historia de las mentalidades es a la historia de las ideas lo que la historia de la cultura material es a la historia económica”.

O historiador das mentalidades, por trabalhar com o coletivo, se transforma em sociólogo, outras em etnólogo ou psicólogo social, procurando o entendimento comum entre os homens de uma época. Nesse recorte que visa iluminar uma época de forma que seus contornos fiquem mais nítidos, a ferramenta da semiótica psicanalítica tem dupla função, uma abordando passado e presente na descontinuidade, onde temos sincronia de um determinado momento, uma conjuntura; e a continuidade na diacronia, quando para um entendimento da cultura das sociedades humanas e seus inevitáveis sintomas, somos obrigados a percorrer outros contextos passados, às vezes a partir de um simples termo ou signifiante. *Seu (da semiótica psicanalítica) objeto de estudo são as consequências psíquicas dos signos culturais, nunca conscientes nem racionais porque produtos da subjetividade da época, historicamente incompleta assim que vivida.*

O processo histórico em si mesmo e como produto humano possui recalques e pulsões. Nos relatos antigos, sejam Maias ou Chineses, Gregos ou medievais, podemos ver o conceito de duração temporal dos fenômenos históricos, alguns de longo alcance podendo durar séculos até gerar mudanças substanciais que estudamos como fim de uma era ou princípio de outra, como pode ser a passagem do feudalismo para o renascimento; processos que lentamente transformam a ordem e a estrutura social. Este processo seria definido como longa duração por Braudel, que também definiu o perfil de eventos de curta duração onde o imediato domina, tendo esses eventos novos e não repetíveis o marco de fundo da longa duração. Tudo se mexendo como esferas concêntricas a diferentes velocidades.

Ressalte-se que quando trabalhamos com o agora, com o tempo presente, num curtíssimo prazo de um evento único não ligado a um processo maior, o denominamos de conjuntura. Trata-se de um momento ou um tempo definido, não mais de 25 anos, e situado num local determinado; aqui a semiótica psicanalítica é pura sincronia, sem a mediação da história, mas podendo sim derivar num processo ou num marco histórico a posteriori ou ainda se servir de seus elementos ou análises anteriores. Acontecimentos de ordem natural são aleatórios e não fazem parte do entendimento de conjuntura; já acontecimentos

imediatos podem estar inscritos na conjuntura ou na longa duração. Como exemplo, podemos pensar que não é incomum atualmente, e como explicação de fenômenos e mentalidades atuais, ouvirmos que o Brasil paga o preço de sua história de escravidão e violência, calcado no seu preconceito e na violência já tradicional da sociedade brasileira que, no entanto, declara a realidade como pacífica (embora sejamos primeiros no ranking mundial de homicídios com mais de 50 mil assassinatos por ano) e o brasileiro como cordial (mitos que a sociologia já se encarregou de enterrar); no entendimento que apontamos isso poderia um efeito de longa duração da estrutura social, em parte, assim como da cultura da desigualdade como forma “natural” de existência.

De uma forma geral, a longa duração, onde se inscrevem as mentalidades, explicam os movimentos de média e curta duração; estes, por sua vez, influem pouco a pouco, na estrutura da longa duração. Afinal, as mentalidades são também uma estrutura, mas não por isso inscrevem a história no estruturalismo, embora permita o uso de seus métodos. Desta complexidade de teorias, da sua inter-relação, do seu movimento no tempo histórico, cunhamos para o curso o termo *Transistória* (através da história) como uma dinâmica de abordagem histórica da semiótica psicanalítica. Nela se articulam diferentes dimensões do pensamento sócio cultural (sociologia, metapsicologia, cultura, economia, mentalidades, filosofia, antropologia entre outros), atrás de sintomas e diagnósticos que contribuam para a análise da realidade que nos toca viver e para lançar novas luzes sobre um passado que insiste em se reapresentar sob diferentes véus.

Mentalidade e método

A nossa abordagem não está livre de críticas, seja no âmbito acadêmico mais ortodoxo ou mesmo teórico, seja freudiano ou materialista; de fato, esta mistura epistemológica pode parecer heresia, mas quando nós mesmos, enquanto sujeitos do inconsciente, não estamos cotidianamente embebidos de linearidade e claridade, quando não estamos sempre no controle do nosso desejo, quando provocamos risadas nos alunos num ato falho, não estamos imersos numa aparente confusão, onde posteriormente e por via da comunicação e da reflexão extraímos significados? Não se trata de uma justificativa que visa uma mistura sem sentido, ou contra a academia. Pelo contrário, até. Nossa pretensão de abordar de forma ampla e concreta os fenômenos da cultura é justamente a complexidade de qualquer mentalidade (de todas, na verdade), é uma forma de entender como as ciências sociais se apresentam na reflexão sobre o ser social e como a história tem a possibilidade de deixar mais claro o que as vezes pode parecer complexo ou mesmo invisível.

Alguns esclarecimentos etimológicos também mostram que a própria concepção de mentalidade está mediada pela história e pela cultura. A palavra mental tem origem no latim *mens* e se refere ao espírito (***mens sana***) mas...

⁴Entendemos também como História do Todo o termo interdisciplinaridade, uma vez que se trata de empréstimos teóricos de outras disciplinas que visam colaborar com o entendimento da realidade dos sujeitos sociais.

⁵“Las mentalidades. Una historia ambigua”, en Nora, Pierre e Jacques Le Goff, *Hacer la historia*, Editorial LAIA, Barcelona, 1974.

⁶ Cesarotto, Oscar Op.Cit

“el epíteto latino **mentalis**, ignorado por el latín clásico, pertenece al vocabulario de la escolástica medieval y los cinco siglos que separan la aparición de *mental* (mediados siglo XIV) de la de *mentalidad* (mediados siglo XIX) indican que el sustantivo responde a otras necesidades, tiene que ver con otra coyuntura distinta de la del adjetivo. El francés no deriva naturalmente **mentalité** de *mental*. Lo toma del inglés que desde el siglo XVII había sacado **mentality** de *mental*. La *mentalidad* es hija de la filosofía inglesa del siglo XVII. Designa la coloración colectiva del psiquismo, la forma particular de pensar y sentir de «un pueblo, de cierto grupo de personas etc. Pero el término sigue confinado en inglés al lenguaje técnico de la filosofía, mientras que en francés no tarda en pasar al uso corriente. La noción que desembocará en el concepto y en la palabra *mentalidad* tiene todo el aire de aparecer en el siglo XVIII en el dominio científico y más concretamente en el campo de una concepción nueva de la historia. Inspira a Voltaire el libro y la idea de **l'Essai sur les mœurs et l'esprit des nations** (1754), en que uno siente el principio de una prolongación del inglés **mind**. Cuando la palabra aparece, según el diccionario Robert, en 1842, tiene el sentido, próximo de **mentality**, de “cualidad de lo que es mental”. Pero Littré, en 1877, lo ilustra con una frase tomada de la filosofía positivista de H. Stupuy en que la palabra tiene ya el sentido ampliado, pero aún “sabio”, de “forma de espíritu”, ya que se trata —¿azar o referencia no fortuita en tiempo de las luces?— del “cambio de *mentalidad* inaugurado por los enciclopedistas”. Luego, hacia 1900 —Proust subraya la novedad de un término que conviene a su investigación psicológica— la palabra toma su sentido corriente. Es el sucedáneo popular de la **Weltanschauung** alemana, la visión del mundo, de cada cual, un universo mental estereotipado y caótico a un mismo tiempo”.

O homem sempre teve uma forma de ver a realidade, as pinturas rupestres já nos dizem isso, a reflexão dos antigos gregos outro tanto. Na ascensão do cristianismo com Constantino em Roma, tem-se início a um combate entre duas mentalidades, duas formas de ver o mundo, mediadas pela crença. De um lado, o paganismo, que será cada vez mais perseguido: do outro, o monoteísmo cristão que já no seu começo traz para seu campo a melhor **intelligentsia** existente no império, moldando de cara o sentido da realidade, e impondo-o posteriormente. Fim do período, e a partir do Renascimento, do descobrimento da América, de Galileu, o mundo ocidental vai se descolando paulatinamente das imposições religiosas gerando o nascimento da ideia de indivíduo, já com Montaigne. O iluminismo, Voltaire e outros pensadores abririam o caminho para esse novo entendimento de *mentalidade* que nos descreve o comentário acima. Nele, no final, o vemos associado por Le Goff ao entendimento da palavra *cosmovisão*, **Weltanschauung**, do alemão.

O que podemos perceber em concreto é o descolamento da reflexão sobre a realidade, daquele entendimento fornecido pela religião durante séculos. Um descolamento entre idealismo e materialismo, bem nítido já no século XVII. Os cada vez mais contínuos avanços técnicos e tecnológicos, dos saberes e da ciência, se encarregariam de criar novos entendimentos onde a palavra

mentalidade se faria necessária, pois a mesma aponta ao indivíduo, embora inicialmente apontasse para os aspectos negativos da constituição mental individual. Já o termo popular do alemão *cosmovisão* dá a impressão de somar indivíduos, de ser mais neutro, daí ser interessante para Freud seu uso nas Novas conferências de introdução à psicanálise, de 1932, na conferência de número 35 mais precisamente, onde é abordada a questão sob o título *A respeito de uma cosmovisão*, onde se refere principalmente à cosmovisão religiosa

“Cosmovisión {Weltanschauung} es, me temo, un concepto específicamente alemán cuya traducción a lenguas extranjeras acaso depare dificultades. Si intento una definición, es inevitable que les parezca torpe. Entiendo, pues, que una cosmovisión es una construcción intelectual que soluciona de manera unitaria todos los problemas de nuestra existencia a partir de una hipótesis suprema; dentro de ella, por tanto, ninguna cuestión permanece abierta y todo lo que recaba nuestro interés halla su lugar preciso”.

Evidentemente a sua postura é crítica da totalidade explicativa da religião.

“Es fácilmente comprensible que poseer una cosmovisión así se cuente entre los deseos ideales de los hombres. Creyendo en ella uno puede sentirse más seguro en la vida, saber lo que debe procurar, cómo debe colocar sus afectos y sus intereses de la manera más acorde al fin. Si tal es el carácter de una cosmovisión, la respuesta es fácil para el psicoanálisis. Como ciencia especial, una rama de la psicología —psicología de lo profundo o psicología de lo inconsciente—, es por completo inepta para formar una cosmovisión propia; debe aceptar la de la ciencia. Pero la cosmovisión científica ya se distancia notablemente de nuestra definición. Es cierto que también ella acepta la unicidad de la explicación del mundo, pero sólo como un programa cuyo cumplimiento se difiere al futuro. En lo demás se distingue por caracteres negativos: la limitación a lo que es posible averiguar aquí y ahora, y la tajante desautorización de ciertos elementos que le son ajenos”.

Nessa sutileza semântica entre o singular e o plural do termo mentalidade e do termo *cosmovisão*, foi possível realizar uma síntese que nos permite um instrumental teórico, acorde com a história e com a psicanálise, trabalhando o conceito de *Mentalidade Coletiva*, que já aparece bastante definido na crítica de Freud ao inconsciente coletivo e aos arquétipos de Jung, principalmente pelo entendimento que o inconsciente já é coletivo, pois os sujeitos possuem a mesma estrutura mental e a cultura lhes fornece discursos cada vez mais uniformes. Os arquétipos engessariam, para Freud, essa dinâmica individual da experiência dos sujeitos colocando o inconsciente como uma arqueologia onde você já sabe as possibilidades do que vai surgir abaixo da superfície, os arquétipos.

⁷Le Goff, Jacques, op. Cit.

Segundo o exposto até aqui, o nosso método de reflexão seleciona cinco elementos constitutivos e analisáveis de uma mentalidade coletiva:

1. Componente racional, a consciência.
2. Componente emocional, sentimental; subjetividades (e determinantes),
3. Componente Imaginário, (realidade inventada), conjunto de imagens, imagem de si.
4. Componente inconsciente, pulsão.
5. Componente dos hábitos e práticas, cultura material (modo de produção).

Cada um deles é entendido da seguinte forma: Para o primeiro componente de uma mentalidade, vale apontar como índice reflexivo que *consciência* tem várias abordagens, e também pode ser dividida numa abordagem materialista ou numa abordagem idealista. O entendimento do termo, para Freud, a coloca como o *órgão* de percepção da nossa existência mental, que na origem é inconsciente; ela não seria apenas um pedaço da atividade psíquica, mas uma percepção ou reflexão sobre ela; **per se**, inconsciente. Desta maneira, ela não é independente, na medida em que está imersa na cultura através da experiência individual e, portanto, na sociedade. Todavia, seu contêrrâneo Hegel entendia a consciência como saber absoluto e universal, sendo o sujeito resultante da reflexão. Em Marx, não seria a consciência que determina a vida, como o vemos em Hegel, mas a vida que determina a consciência, isto é, a realidade social que alimenta o órgão que produz a percepção de si, inicialmente, e para si posteriormente. Desta maneira, temos um trajeto absolutamente além do entendimento de consciência.

O segundo componente de uma mentalidade coletiva, é a introdução que realiza Freud da subjetividade no campo do saber como ruptura epistemológica (ou corte epistemológico, uma ruptura com a teoria e as estruturas anteriores) e que se tornou ferramenta ao serviço das ciências sociais.

O terceiro componente, o do imaginário, vem da releitura da *Introdução ao narcisismo* de Freud realizada por Lacan que inspira este último na sua concepção do estágio do espelho na formação do eu. Imaginário que já se encontrava no trabalho dos historiadores das mentalidades como *história dos imaginários coletivos ou sociais*.

O quarto componente da metodologia de abordagem das mentalidades coletivas é o inconsciente, composto segundo Freud de elementos racionais e emocionais concretos que permanecem reprimidos pelo seu significado problemático para a mente consciente do sujeito. Freud nos ilustra com os sonhos, que seriam um veículo de expressão de pensamentos reprimidos transmitidos por meio de simbolismos. O simbólico faz parte da realidade: os sinais, os símbolos as palavras os emblemas são questões humanas colocadas na realidade, assim a delimitação entre uma realidade exterior e uma psique seja cada vez mais frágil. Neste ponto entra nosso outro elemento teórico/metodológico das mãos do psicanalista francês Jacques Lacan, e com o qual

⁸ XXII. Nuevas conferencias de introducción al psicoanálisis, y otras obras (1932-1936) XXII. Amorrortu Editores Cit.
⁹ Idem.

podemos nos aprofundar no entendimento e composição de uma cultura e sua época, onde a percepção/registros do aparelho mental humano se entrelaçam. Segundo Oscar Cesarotto,

“Simbólico, Imaginário e Real: a amarração profícua dos registros da experiência dos seres falantes, sexuados e mortais permite a consistência de uma nova síntese epistêmica, agora nomeada como Semiótica Psicanalítica. Seu objeto de estudo são as consequências psíquicas dos signos culturais, nunca conscientes nem racionais porque produtos da subjetividade da época, historicamente incompleta assim que vivida”.

Como se pode perceber, a nossa lógica não está regida pelo puro pragmatismo biológico das neurociências, que insistem em questionar o estatuto científico da psicanálise freudiana num entendimento de ciência bastante galileano.

Finalmente, o quinto componente nos remete à vida privada, à cultura material mediada pelo modo de produção. Os estudos da cultura material podem incluir o trabalho humano, tanto em objetos como na subsistência (culturas agrárias) ou o trabalho da natureza. Pessoas, coisas e a relação existente entre elas que inclui o mundo simbólico e o imaginário, expressado na sua produção ritual e ou simbólica. Podemos encontrá-la na prática das ciências sociais e das humanidades, na história da arte, na arqueologia, na antropologia, na história, na preservação histórica, no folclore, entre outros.

Sinais

O que procuramos quando procuramos? O sintoma. Como procuramos o sintoma? Por meio de indícios. E o que seriam? Como se apresentam? Aqui nos cabe referir à nossa metodologia de investigação, guiada pelo conceito de *paradigma indiciário*, desenvolvido por Carlo Ginzburg, somado ao método reflexivo mencionado anteriormente. No Livro *Mitos, Emblemas, Sinais*, mais especificamente no capítulo *Sinais: raízes de um paradigma indiciário*, o autor nos remete a uma aparente sincronia cultural; esta seria o aparecimento e desenvolvimento de uma ciência ou de um entendimento indiciário, que tinha como expoentes Sigmund Freud e sua pesquisa sobre o inconsciente; Giovanni Morelli, também médico e crítico de arte pesquisando sobre autenticidade de pinturas renascentistas a partir de detalhes pictóricos mínimos como cabelos, unha e orelhas das personagens representadas, e Arthur Conan Doyle, segundo o método dedutivo de sua personagem imortal Sherlock Holmes.

O que Ginzburg percebe, então, é o nascimento de um método investigativo, que tem como base científica a semiótica (as hipóteses determinam o estatuto semiótico de um fato observado) médica (os três envolvidos eram médicos) que procura inferir a partir de detalhes negligenciáveis, fenômenos concretos, sintomas, verdades. Inferir é deduzir um resultado, por lógica, com

¹⁰ Cesarotto, Oscar

base na interpretação de outras informações. Inferir também pode significar chegar a uma conclusão a partir de outras percepções ou da análise de um ou mais argumentos. O método de Charles Sanders Peirce também se apresenta como ferramenta neste conceito. As regras de inferência são métodos usados para fazer uma dedução e chegar a uma conclusão, a partir de uma ou mais premissas conhecidas. São usados os argumentos básicos (premissas) para se chegar a um valor (conclusão).

A abdução é uma das três formas canônicas de inferência para estabelecer hipóteses científicas. Foi esta noção que Peirce adaptou, usando-a num sentido aproximadamente aristotélico a partir do conceito de silogismo. Este é um modelo de raciocínio baseado na ideia da dedução, composto por duas premissas (maior e menor) que geram uma conclusão. Seu precursor foi Aristóteles; seu silogismo tem três características principais: mediado, dedutivo e necessário (mediado se porque utiliza o raciocínio para a compreensão geral, dedutivo pois parte de preposições universais para alcançar outras premissas verdadeiras e necessário por estabelecer uma ligação entre as premissas). Atualmente é utilizado em pesquisas acadêmicas, principalmente na semiótica e nas ciências da comunicação.

Ginzburg percebe, portanto, que no final do século XIX e inícios do XX, estes conceitos semióticos coincidem na medicina e na pesquisa de três médicos. Mas, ao colocar tal apreciação numa linha histórica, também percebe que há uma presença similar na abordagem médica dos sumérios, e mesmo dos egípcios. Consta que há um tipo de saber, de percepção que, mesmo tendo entendimentos as vezes religiosos ou mesmo astrológicos, este saber teve eficiência, principalmente levando em conta que a dias de hoje a medicina continua sendo uma ciência indiciária, não exata.

Coloca-se, então, em perspectiva o conceito de ciência, ciência natural nos inícios de Galileu Galilei, ciência exata posteriormente com as revoluções na física e na matemática; antes disso, diversos cientistas se dedicaram a questões filosóficas sobre a teoria da ciência. Galileu deixa fora do seu entendimento o sujeito, pois os fenômenos físicos devem se repetir, devem ter uma demonstração. Ginzburg entendeu que o rigor do paradigma galileano, por exemplo, seria *“não só inatingível, mas também indesejável para as formas de saber mais ligadas à experiência cotidiana”*. O emprego da matemática e o método experimental, de fato, implicavam respectivamente a quantificação e a repetição dos fenômenos, enquanto a perspectiva individualizante excluía por definição a segunda, e admitia a primeira apenas em funções auxiliares. Isso explica porque a história não é uma ciência galileana.

Desta maneira, Ginzburg entende que nesse método os elementos negligenciáveis, como as orelhas de Morelli, e mesmo Holmes (no conto a Caixa de papelão) ou os lapsus freudianos, o olfato, a intuição, se constituem em indícios que o historiador *“não pode e não deve negligenciar. Regras preexistentes e trilhas predeterminadas não existem no paradigma indiciário”*. O rigor da pesquisa deve se moldar ao contexto pesquisado, um rigor flexível, portanto é *“a natureza do*

problema a ser estudado que deve determinar as características das proposições, dos processos, das técnicas e dos dispositivos metodológicos utilizados, e não o contrário”.

Podemos falar assim de um paradigma indiciário ou divinatório, dirigido, segundo as formas de saber, para o passado, o presente ou o futuro.

Conclusão

Na nossa cultura, nada existe sem a história. É a ciência que abrange todas as ciências. O Sujeito é o sujeito do inconsciente, para si, e é sujeito histórico na cultura. Nesse sentido, nossa *clínica da cultura* está atenta aos sintomas da mesma e tendo claro que as representações são a matéria prima do aparelho psíquico. Essa capacidade consiste em se ter na mente a imagem ou conceito de uma coisa mesmo que não estejam presentes. Esta capacidade é própria do ser humano; então, ao pedir a um grupo de amigos para imaginar um cachorro, todos terão uma imagem mental dele, mas provavelmente a representação de cada um seja diferente, ou seja, as representações são subjetivas e variam de pessoa para pessoa.

É nessa leitura que utilizamos a psicanálise em extensão, ou seja a exportação e utilização de premissas e axiomas da psicanálise em outras áreas do saber, no caso a história, definida inicialmente como psicologia histórica, enquanto a denominação mais efetiva nasceu na Escola dos Annales, na França, sob o rótulo de *História das mentalidades*.

A cultura humana vive um momento onde a sua formatação pelos novos modos de produção e novas tecnologias moldam novos sujeitos e mentalidades. O neoliberalismo dominante vem alterando o formato das trocas humanas, afetivas, econômicas, as percepções do outro, do tempo, num estágio histórico onde a razão iluminista como sustento e explicação da realidade se vê invadida por relativizações que emanam de discursos filosóficos, chegando aos discursos individuais, justificando assim qualquer postura, mentira ou ética.

De certa maneira, é como se a realidade a partir do mundo virtual também fosse virtual, ou imaginaria em grande medida. As imagens dominam, se espalham, dizem com memes, stickers, são aceitas massivamente de forma acrítica. O signo existe somente se é lido como signo, e há uma certa obrigação de realizar essa nova leitura, sob pena de não poder interatuar com os inúmeros aspectos automatizados da nossa realidade. Os signos mudaram em grande medida. Edgar Morin, em seu livro *Cultura de massas no século XX*, nos deixa claro, mesmo sem saber o que viria depois, quais os caminhos, qual a dinâmica por onde cultura e sujeito estabelecem suas relações, aquelas relações que estão determinadas não só pelos meios de produção, mas pelos elementos subjetivos para além deles:

¹¹ Companhia das Letras, 1987.

¹² No seu livro *O queijo e os Vermes*, Carlo Guinzburg nos dá um exemplo brilhante da aplicação do paradigma indiciário.

¹³ SUASSUNA, Lívia. Pesquisa qualitativa em Educação e Linguagens: histórico e validação do paradigma indiciário. *Perspectiva*, Florianópolis, v. 26, n. 1, p. 341-377, jan./jun. 2008. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/237369735_Pesquisa_qualitativa_em_Educacao_e_Linguagem_historico_e_validacao_do_paradigma_indiciario Acesso em: 11. Jan. 2023.

“Uma cultura constitui um corpo complexo de normas, símbolos, mitos e imagens que penetram o indivíduo em sua intimidade, estruturam os instintos, orientam as emoções. Esta penetração se efetua segundo trocas mentais de projeção e de identificação polarizadas nos símbolos, mitos e imagens da cultura como nas personalidades míticas ou reais que encarnam os valores (os ancestrais, os heróis, os deuses). Uma cultura fornece pontos de apoio imaginários à vida prática, ponto de apoio prático à vida imaginária; ela alimenta o ser semirreal, semi-imaginário, que cada um secreta no interior de si (sua alma), o ser semirreal semi-imaginário que cada um secreta no exterior de si e no qual se envolve (sua personalidade).”

Esta é a abordagem que propomos para o nosso curso, uma abordagem que mostra como modas, imaginários, simbólicos e até mesmo um certo marketing sempre existiram, ou quase. Uma abordagem do concreto da produção cultural e da produção subjetiva, sem deixar de lado a estrutura onde se produz e reproduz a vida, uma abordagem onde procuramos uma pista, uma síntese que nos traga um pouco mais de clareza, uma leitura complementar do território e do tempo em que vivemos, das perspectivas e de suas necessárias transformações.

Referências

- Engels, Friedrich. *A dialética da natureza*. São Paulo: Martins Fontes, 1974.
- Flournoy, Theodore. *Momentos íntimos*. São Paulo: Nova Cultural, 2015.
- Bloch, Marc. *Introdução à história*. São Paulo: Europa/América, 1976.
- Pereira dos Santos, Clóvis. *Clío & Psiquê (doutorado)*. São Paulo: USP, 2009.
- Solari, Carlos Índio. *El regreso de Mao*. Buenos Aires: Ricota, 1998.
- Pereira dos Santos, Clóvis. *Thánatos & civilização*. São Paulo: AnnaBlume, 2006.
- Le Goff, *Mentalidades. Uma história ambígua*. Madri: Alianza Editorial, 1984.
- Freud, Sigmund. *Nuevas aportaciones al psicoanálisis*. Madri: Biblioteca Nueva, 1970.
- Cesarotto, Oscar Angel. *Inconsciências*. São Paulo: Iluminuras, 2019.
- Ginzburg, Carlo. *Mitos, emblemas & sinais*. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

14. James Joyce e seus lapsos

As estruturas clínicas podem definir-se pelas respectivas estruturas de linguagem. Um escritor que inventou uma forma inédita de escrita suscita a dúvida de ser louco.

- A *História da loucura*, desde a desobediência de Eva, pela prática criativa de algo incomum no paraíso, transformou-se numa brilhante herança humana, nem sempre devidamente valorizada.

De acordo com a *Grande Enciclopédia Larousse Cultural* (1998, vol. 11, verbete *Foucault*, pág. 2.523, e vol. 15, verbete *Loucura*, pág. 3.660), o mais profundo estudo sobre a loucura foi feito por Michel Foucault, em seu livro *História da Loucura* (1961). Segundo Foucault, já na Idade Média, a loucura era considerada uma experiência pessoal, como todas as outras, embora a Igreja a avaliasse como possessão demoníaca. No século XV, era bruxaria e heresia, menos para os renascentistas, que equiparavam a loucura a uma outra forma de razão, a ponto de ser elevada à condição de remédio para a monotonia da vida, na pena de Erasmo de Rotterdam, em *Elogio da loucura*, de 1511. Erasmo também se refere à 'loucura dos artistas', tema retomado por Lacan ao comentar a arte da escrita em James Joyce.

Erasmo acrescenta (in Schüller, 2017, pág. 17) que *a loucura dos artistas é alegria dos deuses e dos homens, [...] presente em brincadeiras conjugais, [...] acende o sorriso no rosto das crianças, [...] sem loucura não há vida [...] loucura e sabedoria se confundem.*

Ainda segundo a Enciclopédia Larousse, no final do século XVIII, a loucura foi 'promovida' a doença mental, a um desvio da norma, e destinada aos asilos. Com a psicanálise, seria uma tentativa de regularizar os conflitos originários da infância. Para a medicina, era uma doença mental, até hoje. Na psiquiatria, é manifestação psicótica, com origens genéticas, sociais, psicológicas e físicas. Foi convencionalizado afirmar aí uma ruptura com a realidade.

Nos anos 60, David Cooper e Ronald Laing lideraram o movimento da Antipsiquiatria, definindo a loucura simplesmente como uma realidade diferente da suposta sanidade. Mas o uso de medicamentos e internações é responsabilizado pela "fabricação de uma loucura patológica". Os equívocos sobre o conceito de loucura dificultam qualquer consenso. Lacan define as mulheres como loucas, por não formarem um conjunto, e acrescenta o parentesco da loucura com a arte no caso de James Joyce e outros artistas.

Qual a etimologia do verbete loucura? Sempre sugeri que deriva do latim *loquere* (falar), de onde vem locução, mas nunca encontrei confirmação em vários dicionários etimológicos. Para o filósofo francês Jacques Derrida, *a filosofia não pode viver sem a loucura, presente ainda que negada. O louco estaria escondido em nós, louco do 'logos' (razão), com raiz grega (idem ibidem, pág. 16). O maluco seria o mais louco.*

A loucura, para Lacan

Em 1946, Lacan (Escritos, 1998a, pág. 177), é taxativo: *E o ser do homem não apenas não pode ser compreendido sem a loucura, como não seria o ser do homem se não trouxesse em si a loucura como limite de sua liberdade.*

Ao iniciar seu “retorno a Freud”, em 1953, Lacan (idem, 1998b, pág. 281 e 284), afirma a existência de dois tipos de loucura:

Na loucura, seja qual for sua natureza, convém reconhecermos, de um lado, a liberdade negativa de uma fala que renunciou a se fazer reconhecer, ou seja, aquilo que chamamos de obstáculo à transferência e, de outro lado, a formação singular de um delírio que, _ fabulatório, fantástico ou cosmológico; interpretativo, reivindicatório ou idealista _ objetiva o sujeito em uma linguagem sem dialética.

Neste exato ponto, em nota de rodapé, Lacan cita o aforismo de Lichtenberg: *Um louco que se imagina príncipe só difere do príncipe que efetivamente o é pelo fato de aquele ser um príncipe negativo, enquanto este é um louco negativo. Considerados sem seu sinal, eles são semelhantes.*

Lacan reforça essa ideia, citando um padrinho autorizado, Pascal, que disse: *os homens são tão necessariamente loucos que seria enlouquecer por uma outra forma de loucura não ser louco.*

Na supracitada afirmação, em *Função e campo da fala e da linguagem*, Lacan aponta duas formas de loucura decorrentes da fala ou da linguagem, uma das quais, que cita os fenômenos elementares, é claramente sinônimo de psicose. Esta é a grande questão: qual é a diferença entre psicose e loucura? Acho ambígua a posição de Lacan.

Nos dicionários

O que dizem os Dicionários de Psicanálise sobre a loucura? Dicionários especializados sobre determinado discurso registram os verbetes autorizados oficialmente em dada área do conhecimento.

O Vocabulário da Psicanálise, de Laplanche e Pontalis (1982), não registra o verbete ‘loucura’ nem ‘James Joyce’.

O Dicionário enciclopédico de psicanálise, de Pierre Kaufmann (1993) segue o mesmo esquema.

Roland Chemama, no Dictionnaire de la Psychanalyse (1993), idem. Mas aponta contradições em Lacan, no verbete *symptôme*, referindo-se ao significante *sinthome*.

O Dicionário comentado do alemão de Freud, de Luiz Hans (1996), idem.

As palavras de Freud – Vocabulário Freudiano, de Paulo César de Souza (2010), idem.

O Dicionário de Psicanálise, de Elisabeth Roudinesco e Michel Plon (1998), não registra o verbete 'James Joyce', embora o comente em outros verbetes, mas é o único a incluir o de 'loucura', sem explicar o significado, e afirmando que a psicanálise aborda a loucura pela escuta transferencial da fala, do desejo. E situa a loucura mais do lado da psiquiatria.

A pergunta decorrente deste levantamento nos Dicionários de Psicanálise é se o conceito de loucura faz parte do arsenal teórico da psicanálise.

Os teóricos da Psicanálise

No Seminário 23, Lacan fez a lacônica, irrespondida e, até 2005, não publicada pergunta: *Joyce era louco?* (Lacan, 2005, pág. 75).

A meu ver, a maioria dos analistas e grandes teóricos da psicanálise se precipitaram em concluir, com suposta base em Lacan, que loucura e psicose fossem sinônimas e, portanto, que Joyce era psicótico. Vejamos alguns exemplos:

- Christian Dunker, em *Por que Lacan?* (Dunker, 2016, pág. 124), descreve o desencadeamento da psicose *pela emergência de uma espécie de crença sem saber, [...] pequenos acontecimentos que possuem a dimensão de uma revelação, ou de uma epifania (Joyce)*.
- Oscar Cesarotto, em *Jacques Lacan, uma biografia intelectual* (Cesarotto, 2010, pág. 154), afirma que o *psicótico é o louco que, à diferença dos outros loucos, não se defende do real pelo simbólico*.
- Antônio Quinet, em *Teoria e Clínica da Psicose* (Quinet, 1997, pág. 221), no capítulo XVIII, dedicado a Artur Bispo do Rosário, referindo-se à criação artística, diz que *quando no registro do Nome-do-Pai, ou seja, quando referida à arte cultural, pode ser articulada ao conceito de sublimação. [...] Quando a criação se situa fora do âmbito do Nome-do-Pai, ou seja, na estrutura clínica da psicose, temos o conceito de sintoma, inventado por Lacan para se referir à arte de James Joyce [...] impedindo assim que o autor de Finnegans Wake submergisse na loucura*.

- Stella Jimenez, em *No cinema com Lacan* (2015, pág. 219), esclarece que *A palavra sinthoma aparece na obra de Lacan relacionada às psicoses, quando ele toma James Joyce como seu exemplo princeps. [...] Um psicótico também pode ter um quarto nó, mas de outra maneira, já que a amarração não seria borromeana. Joyce, por exemplo.*
- Donald Schüler utiliza a pergunta de Lacan como título para seu livro *Joyce era louco?* E explica o que entende por loucura (Schüller, 2017, pág. 207): *Joyce ensaia dezoito maneiras de narrar. Insatisfeito, investe, em Finnegans Wake, contra a ordem simbólica inteira, abala a sintaxe, desmonta a fronteira de palavras, implode a língua inglesa. A prosa volta às forjas de quem sabe fazer. Schüler não identifica loucura com psicose.*
- Philippe Julien, em *Psicose, perversão, neurose* (Julien, 2002, pág. 82). No capítulo da psicose, o autor escolhe o personagem James Joyce para afirmar: *A psicose, com efeito, é definida pelo nó borromeano, nodulado por esse sin-thoma quarto elemento que é o Nome-do-pai, como Pai-do-Nome.*
- Elisabeth Roudinesco também acreditava que Joyce era louco e que loucura era sinônimo de psicose (Roudinesco, 1994, pág. 373): *Ao acrescentar esse quarto elo, chamado sinthome, ao nó a três, ao mesmo tempo Lacan também brincava de introduzir sua doutrina e seu romance familiar na obra joyceana. [...] Deduzia disso que o pai do escritor era louco, que o nome-do-pai estava foracluído do discurso joyceano.*
- A recente tradução do livro de Colette Soler, *“Lacan, leitor de Joyce”* (2018), veio provocar grande polêmica sobre o já discutido e misterioso escritor irlandês, retratado no Seminário 23. A psicanalista Soler foi membro da antiga Escola dissolvida por Lacan em 1980 e participou do surgimento dos Fóruns do Campo Lacaniano e da Escola Internacional de Psicanálise.

Sua tese principal é de que a grande maioria dos analistas e teóricos lacanianos erraram (pág. 8) ao concluir que Joyce era um psicótico. Ainda no prefácio do livro (pág. 11), é dito que serão necessários outros cem anos para o estudo dos pontos novos apontados a partir da leitura feita por Lacan da obra joyceana. *Não há nele a proposta de novas estruturas ou a abolição de alguma delas. Isto é: a loucura não é uma estrutura clínica.*

Uma revelação importante e inesperada: *Lacan não emprega o termo “psicose” nesse seminário. Ele somente se perguntou se Joyce era louco, mas o louco e o psicótico não são um só (pág. 78). Na página seguinte, Soler questiona a argumentação de Lacan sobre a carência do Pai, em Joyce. No seminário 23 (Lacan, 2007, p. 86), Lacan tinha afirmado: seu pai jamais foi um pai para ele. Que não apenas nada lhe ensinou, como foi negligente em quase tudo, exceto em confiá-lo aos bons padres jesuítas. Isto é uma contradição, porque foi justo neste colégio que Joyce adquiriu sua inestimável cultura literária. Em outro lugar Lacan critica este pai pelo fato de que bebia. E algum irlandês deixaria de beber seu incomparável whisky?*

Televisão

Em 1974, num programa de televisão francesa, portanto um ano antes do Sem. 23, de 1975, Lacan (Lacan, 1993, pág. 70) constrói um de seus mais famosos aforismos sobre as mulheres: *Assim, o universal do que elas desejam é loucura: todas as mulheres são loucas, como se diz. É justamente por isso que elas não são todas, isto é, não loucas-de-todo.*

Nesta citação, Lacan defende uma loucura sem psicose, sem desenodamento dos nós, sem fabricação do quarto nó, sem sinthoma, sem prótese, sem suplência, sem Pai-do-Nome, e sem surto.

Seminário 20

Lacan embaralha mais a querela diagnóstica sobre Joyce, três anos antes do Seminário 23, isto é, no Seminário 20, quando diz:

O que é que se passa em Joyce? O significante vem recheiar o significado. É pelo fato de os significantes se embutirem, se comporem, se engavetarem – leiam Finnegans Wake – que se produz algo que, como significado, pode parecer enigmático, mas que é mesmo o que há de mais próximo daquilo que nós analistas, graças ao discurso analítico, temos de ler – o lapso. É a título de lapso que aquilo significa alguma coisa, quer dizer, que aquilo pode ser lido de uma infinidade de maneiras diferentes [...] Mas esta dimensão do ler-se, não é ela suficiente para mostrar que estamos no registro do discurso analítico? (Lacan, 1982, pág. 51).

E no Seminário 23 (Lacan, 2005, 85), diz: Ser louco não é um privilégio. *O que proponho aqui é considerar o caso de Joyce como respondendo a um modo de suprir um desenodamento do nó.*

Nestas duas últimas citações, podemos sentir-nos autorizados por Lacan a concluir que Joyce era neurótico, ou que era psicótico. Há argumentos fortes para as duas proposições. Mas são conclusões contraditórias, provocadas por Lacan.

O título do seminário 24, *L'insu que sait de l'une-bévue s'aile à mourre*, é totalmente inspirado na homofonia translinguística de Joyce, tendo recebido de Christian Dunker uma brilhante tradução: *o insucesso do inconsciente é o amor* (Dunker, 2016, pág. 270).

Miller fala de Lacan

Após a publicação da primeira edição francesa do seminário 23, em 2005, Jacques Alain-Miller lança o original de seu importante livro *Perspectivas do Seminário 23 de Lacan*. O *Sinthoma*, em 2010, com revelações sulfurosas sobre os ensinamentos de Lacan.

O gênero começa dizendo que houve três Lacans:

O primeiro, do Simbólico e do retorno a Freud, começa no seminário 1 e no texto *Função e campo da fala e da linguagem em psicanálise*, de 1953 e dura dez anos, até o seminário 10 em 1963 (Miller, pág. 56);

O segundo, do Real, da topologia, com início no seminário 11, em 1964, até o seminário 23, em 1975 (Miller, pág. 56).

O terceiro Lacan, da Psicanálise Absoluta, teve início em 1976, abrangendo os dois últimos seminários 24 e 25. Miller declarou que classificou essa Psicanálise como “absoluta”, que não se assemelha em nada ao que havia, e que era uma psicanálise sem igual, praticada por profissionais de diferentes disciplinas.

Tentou conciliar a Psicanálise como companhia e a Psicanálise Absoluta. Esta era, simultaneamente viúva, órfã e estéril, o que levou um simpático matemático a dizer que o tinha achado muito pessimista em matéria de psicanálise. Miller insiste: ela é ignóbil. O derradeiro ensino de Lacan mantém-se nessa margem em que se observa a potência destrutiva da psicanálise, e um fechamento para aqueles que possuem sua prática. A Psicanálise Absoluta está em má companhia. Em seu derradeiro ensino, Lacan fala mal de todo mundo: Lévi Strauss, Jakobson e Freud (Miller, pág. 153).

A Psicanálise Absoluta incluía a matemática, a teoria dos jogos, a teoria dos grafos e a cibernética (Miller, 151). Ao final do seminário 24, diz Lacan: “Em tudo isso há apenas paradoxos” (Miller, 149).

Psicanálise Absoluta? No seminário 23 (Lacan, 2007, págs. 116-117), Lacan afirma: *Todo objeto, exceto o objeto que chamo de pequeno a, que é um absoluto, concerne a uma relação. [...] O real é para ser buscado do lado do zero absoluto.*

Miller não faz ressalvas diretas ao primeiro Lacan, que é admirado e louvado pela grande maioria dos analistas e teóricos lacanianos. Quanto ao segundo e terceiro, há críticas, divergências e acusações de tamanho variado.

A questão do Real

Depois de uma década defendendo o inconsciente no registro do simbólico e estruturado como linguagem, Lacan nos pergunta: *Como saber se o inconsciente é real ou imaginário?* (Lacan, 2007, pág. 98). Segundo Miller, temos questões e, como respostas, recebemos uma forma de perguntas (Miller, pág. 142). E continua: o inconsciente proposto por Freud não inclui o real (pág. 86). E acrescenta: Esta proposição ‘o inconsciente é real’ merece ser meditada, tanto mais que ela não é de modo algum evidente (idem, pág. 24).

Miller acrescenta: Só há real naquilo que exclui toda espécie de sentido, ideia que é exatamente o contrário de nossa prática (2010, pág. 158). E referindo-

se ao derradeiro Lacan, diz Miller: Ele continua a se mover em seu seminário 24, *L'Une-bévue, com uma confusão de aporias cada vez mais rigorosa* (idem, pág. 178).

E o genro insiste: O que inspirou Lacan em seu derradeiro ensino não está em Freud. Várias vezes Lacan o denegriu. O que inspirou Lacan em seu derradeiro ensino foi James Joyce (pág. 134). A transferência, por exemplo, é a grande ausente, pelo menos nos seminários 23 e 24 (pág. 146). E Lacan pergunta: Será que o inconsciente está do lado da verdade, do verdadeiro, ou do lado do real? (pág. 25). Aliás, segundo Miller, Lacan fala de dois inconscientes: o inconsciente real e o inconsciente transferencial, explicitando: *o efeito de verdade passado deixa de sê-lo por sedução do efeito de verdade a advir. Portanto, a verdade apreendida por seu efeito é mutável, é variável (varité)* (pág. 26). E falando sobre a verdade: *Dizê-la toda é impossível: materialmente faltam para isso as palavras. É mesmo por este impossível que a verdade tem a ver com o real* (pág. 28).

Miller comenta ainda que, no último ensino de Lacan, há uma inadequação do simbólico. O simbólico gera confusão (idem, pág. 194). É uma fantasia acreditar que a palavra faz a coisa (196).

Miller se queixa de não encontrar uma porta de entrada em todo o derradeiro ensino esotérico e secreto de Lacan (134). A leitura, mesmo repetida, parece oferecer certa desordem. Se ficamos ofegantes em acompanhar Lacan, ele mesmo confessa que também está sem fôlego. E isto é um consolo (149). A ideia do real é um sintoma de Lacan (pág. 76).

Após Lacan ter dito que “o *sinthoma é real*”, “o *inconsciente é real*”, Miller pensou em dizer a Lacan: “*Tudo isso é falso em relação ao que o senhor havia dito antes*” (pág. 93).

A questão da topologia

Segundo Miller, a topologia é forrada com a sociologia (pág. 189). E há um contraste constante entre o uso da língua mais familiar e o hipertecnicismo das figuras topológicas (pág. 190). Este derradeiro ensino constitui uma deflação da análise (esvaziamento) (pág. 190 e 191).

Referindo-se ao nó borromeano, diz Miller: *Parece-me que Lacan explora a dimensão que é 'o avesso do lacanismo' que situava o Outro no próprio fundamento do sujeito* (pág. 77).

Comentando sobre os ‘pedaços de real’, diz Miller: *não se passa impunemente ao avesso de Lacan, ao avesso do seu ensino* (pág. 106). O mesmo Lacan que deu ao Seminário 17 o título de *O avesso da psicanálise*, afirmando que o discurso da ciência, do saber, da objetividade e do poder é o contrário do discurso da subjetividade, da verdade, da psicanálise, agora diz o contrário, que a psicanálise se funda no discurso da ciência exata, matemático-topológica. Em *O esp de um laps* (prefácio da edição inglesa do Seminário 11), Lacan se põe a sonhar com uma análise sem analista (autoanálise?). [...] Se tivéssemos de indicar

aqui o lugar do analista, poderíamos dizer que é o ponto de retorno do circuito (pág. 92). Miller também fala que este texto é obscuro, e alfineta: *sempre há a hipótese de que ele enchesse linguagem* (pág. 57).

No Seminário 25, *Momento de concluir*, Lacan diz: *A geometria euclidiana tem todas as características da fantasia* (pág. 196). Este seminário deixou perplexos todos os discípulos (pág. 197). E, por fim, os ensaios topológicos são figuras do fato de o analista cortar (pág. 198).

Ninguém melhor que Ricardo Godenberg formalizou concisamente a crítica sentida que fazemos a Lacan: *Se preferirem o ultimíssimo – aquele da segunda clínica, que teria elevado o real em detrimento do simbólico –* (Golenberg, 2018, p. 245).

Crítica a Freud

Miller comenta uma citação de Lacan a respeito da *Interpretação dos Sonhos*: *é impossível compreender o que Freud quis dizer*, afirmando, com isso, que se tratava de um delírio. Mas o próprio Lacan confessou ter delirado em seu seminário (193,194).

O excesso dos nós

Somente no seminário 23, Lacan desenha mais de cem nós borromeanos diferentes. A quem estaria ele tentando convencer? A ele mesmo? Em outro texto, Lacan cita uma famosa afirmação aristotélica que diz: *quanto maior a extensão, menor a compreensão; e quanto maior a compreensão, menor a extensão*. Isto é, quanto mais qualificativos usamos, menor é o número de objetos aí compreendidos. E vice-versa.

Há também, em outro texto de Lacan, uma citação do dramaturgo classicista francês, Boileau (1636-1711) que diz: *Ce que l'on conçoit bien s'énonce clairement, et les mots pour le dire arrivent aisément* (aquilo que conceituamos bem é claramente enunciado, e as palavras para dizê-lo chegam naturalmente).

O último Lacan tinha clareza daquilo que falava, ou estava esclerosado?

Conclusão

Na minha opinião, se observarmos a estrutura de linguagem e o estilo de James Joyce, desde seu livrinho infantil, intitulado *O gato e o diabo*, dedicado a seu neto de quatro anos, apreciado por crianças e leitores de todas as idades, passando por *Dublinenses*, *Retrato do artista quando jovem*, *Ulisses*, *Finnegans Wake* e outros, com diferentes níveis de dificuldade, sobretudo no último, pelo recurso inédito e constante à homofonia translinguística e ao lapsos,

veremos que tudo obedecia às leis da linguagem e, portanto, à decodificação. Só podemos concluir que o autor passou normalmente pela operação simbólica da castração e do Nome-do-Pai. Não faltou o simbólico para quem dominava o plurilinguismo, sessenta e cinco línguas, segundo Soler (opus citada, pág. 146), e também segundo Dirce (Amarante, 2009, pág. 108). Sua loucura linguageira criativa transformou-o em referência indiscutível na literatura mundial.

Referências

- Amarante, Dirce. W. *Para ler Finnegans Wake de James Joyce*. Iluminuras. São Paulo. 2009.
- Cesarotto, Oscar. *Jacques Lacan. uma biografia intelectual*. Iluminuras. São Paulo. 2010.
- Dunker, C. *Por que Lacan?* Zagodani. São Paulo. 2016.
- Goldenberg, R. *Desler Lacan*. Instituto Langage. São Paulo. 2018.
- Grande Enciclopédia Larousse Cultural*. Nova Cultural. São Paulo. 1998.
- Jimenez, Stella. *No cinema com Lacan*. Ponteio. Rio de Janeiro. 2015.
- Julien, Philippe. *Psicose. perversão. neurose*. Companhia de Freud. Rio de Janeiro. 2002.
- Lacan, J. O Seminário. *Mais, ainda*. livro 20. Zahar. R.J.. 1982.
- Lacan, J. *Televisão*. Zahar. Rio de Janeiro. 1993.
- Lacan, J. in Escritos. *Formulações sobre a causalidade psíquica*. Zahar. Rio de Janeiro. 1998a.
- Lacan, J. in Escritos. *Função e campo da fala e da linguagem em psicanálise*. Zahar. Rio de Janeiro. 1998b.
- Lacan, J. O Seminário. *O sinthoma*. livro 23. Zahar. R.J.. 2007.
- Miller, Jacques-Alain. *Perspectivas do Seminário 23 de Lacan. O sinthoma*. Zahar. Rio de Janeiro. 2010.
- Quinet, A. *Teoria e Clínica da Psicose*. Forense Universitária. Rio de Janeiro. 1997.
- Roudinesco, E. *Jacques Lacan. Esboço de uma vida. história de um sistema de pensamento*. Companhia das Letras. São Paulo. 1994.
- Soler, Colette. *Lacan. leitor de Joyce*. Aller. São Paulo. 2018.
- Schüller, Donaldo. *Joyce era louco?* Ateliê Ed. Cotia. S.P.. 2017.

Sobre os autores

Christian Dunker

Psicanalista. Professor Titular do Instituto de Psicologia da USP, junto ao Departamento de Psicologia Clínica. Obteve o título de Livre Docente em Psicologia Clínica (2006) após realizar seu Pós-Doutorado na Manchester Metropolitan University (2003). Possui graduação em Psicologia (1989), mestrado em Psicologia Experimental (1991) e doutorado em Psicologia Experimental (1996) pela Universidade de São Paulo. Professor no curso de Especialização Cultura Material e Consumo: perspectivas semiopsicanalíticas da ECA USP. Atualmente é Analista Membro de Escola (A.M.E.) do Fórum do Campo Lacaniano. Tem experiência na área clínica com ênfase em Psicanálise (Freud e Lacan), atuando principalmente nos seguintes temas: estrutura e epistemologia da prática clínica, teoria da constituição do sujeito, metapsicologia, filosofia da psicanálise e ciências da linguagem. Coordena, ao lado de Vladimir Safatle e Nelson da Silva Jr, o Laboratório de Teoria Social, Filosofia e Psicanálise da USP, cujo produto de pesquisa foi publicado em “Patologias do Social” (2017) e “Neoliberalismo como Gestão de Sofrimento” (2020). Recebeu dois prêmios Jabuti em Psicologia e Psicanálise. Publicou “Estrutura e Constituição da Clínica Psicanalítica” (2011), “Mal-Estar, Sofrimento e Sintoma” (2015), “Por quê Lacan? (2016), “A Psicose na Criança” (2014) e “O Cálculo Neurótico do Gozo” (2002), “Reinvenção da Intimidade” (2017) e o Palhaço e o Psicanalista (2018).

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9092763119565269>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7335-4561>

Clotilde Perez

Professora titular de Semiótica e Publicidade da ECA USP. Bolsista Produtividade do CNPq. Livre-docente em Ciências da Comunicação pela ECA USP. Pós-doutora em Ciências de la Comunicación pela Universidad de Murcia, Espanha. Pós-doutora em Design Thinkin pela Stanford University. Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC SP. Coordenadora do PPGCom – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da USP (2021-2023). Líder do GESC3 – Grupo de Estudos Semióticos em Comunicação, Cultura e Consumo. Vice-presidente da FELS – Federación Latinoamericana de Semiótica. Editora da revista Signos do Consumo. Membro do Conselho Científico das revistas DeSignis e Matrices. Fundadora da Casa Semio. Colunista da Casa e Jardim e do Nosso Meio. Autora de Signos da marca (2004, 2017); Mascotes, semiótica da vida imaginária (2011); Há limites para o consumo? (2020); Charles S. Peirce: a fixação da crença (2023). Co-autora de Comunicação e marketing (2002); Psicodinâmica das Cores em Comunicação (2006, 2011); Publicidade e periodização da vida (2018).

E-mail: cloperez@usp.br

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3579570829993136>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3062-4087>

Wikipedia: https://pt.wikipedia.org/wiki/Clotilde_Perez

Clovis Pereira dos Santos

Graduado em História FFLCH pela Universidade de São Paulo (1995). Mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2003) e doutorado em História Social pela Universidade de São Paulo (2009). Foi professor adjunto da Universidade Estadual de Santa Cruz, Bahia. Atuou na área de Educação, com ênfase em Ensino de História, principalmente nos seguintes temas: história da cultura, cultura, psicanálise, ensino de história e cinema.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7539435495438209>

Fabiana Benetti

Psicanalista. Membro do Departamento de Psicossomática do Instituto Sedes Sapientiae, onde também fez a formação em Psicanálise.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7539435495438209>

Fani Hisgail

Possui graduação em Psicologia pela Faculdade de Filosofia Ciências e Letras São Marcos (1982) e doutorado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2001). Atualmente é psicanalista - Consultório de Clínica Psicanalítica, professora da pós-graduação em Semiótica Psicanalítica: clínica da cultura, da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e da pós-graduação em Cultura Material e Consumo: perspectivas semiopsicanalíticas da ECA USP. Pesquisadora nos seguintes temas: semiótica e psicanálise, mídia, cultura e psicopatologia da vida cotidiana.

E-mail: hisgail@uol.com.br

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3933815330085470>

Geraldino Alves Ferreira Netto

Psicanalista e filósofo. Professor convidado do Curso de pós-graduação em Semiótica Psicanalítica - Clínica da Cultura, da PUC-SP, professor de Psicanálise Lacaniana no CEFAS, Sócio-fundador da Associação Livre-Ensino continuado. Autor de "Wim Wenders, Psicanálise e Cinema", ed. Unimarco" (2001) e "Doze Lições sobre Freud & Lacan" (2010, já na 3ª. edição).

E-mail: geraldinoafn@uol.com.br e geraldinoalvesferreiranetto@gmail.com

Isabel Jungk

É professora e orientadora nos cursos de Especialização em Semiótica Psicanalítica - Clínica da Cultura da PUC-SP, na Especialização em Cultura Material e Consumo: Perspectivas Semiopsicanalíticas, Pesquisa de Mercado em Comunicações do CRP-Publicidade da Escola de Comunicação e Artes da USP e no Master em Comportamento e Ciências do Consumo da ESPM-SP. Pesquisadora, integra o Grupo de Estudo e Pesquisa Leituras Avançadas de Peirce do CIEP (Centro Internacional de Estudos Peirceanos, TIDD-PUC/SP). Desde 2021, integra o Projeto de Extensão do Grupo de Estudos sobre Semiótica Peirceana da UNIFAL-MG como Pesquisadora/Docente. Doutora em Tecnologias da Inteligência e Design Digital pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2017, Bolsa Capes). Mestre em Comunicação e Semiótica (2011, Bolsa CNPq) e Especialista em Semiótica Psicanalítica - Clínica da Cultura pela PUC/SP (2009). Kursou História da Arte no Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand - MASP (2011-2012) e tem formação nas áreas de Comunicação e Marketing em diversos cursos intensivos de extensão universitária realizados na Escola Superior de Propaganda e Marketing ESPM-SP. Bacharel em Administração de Empresas (1997) e Direito (1995) pela Universidade Presbiteriana Mackenzie - SP. Membro da Semiotic Society of America - SSA, da International Association for Semiotic Studies - IASS e do corpo editorial de diversos periódicos brasileiros e estrangeiros. Dedicou-se ao estudo e pesquisa interdisciplinar nas áreas de linguagens, semiótica, comunicação, cognição e relação humano-técnica.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2830878145479718>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3966-0714>

João Angelo Fantini

Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC de São Paulo, Psicólogo e Psicanalista, Pós-doutor pela University of London (Birkbeck College). Professor na USP e PUC-SP (Pós-graduação), onde exerce atividades de ensino, pesquisa e extensão. Orienta pesquisas vinculadas a projetos financiados (FAPESP/CNPQ), sobre as aplicações psicológicas, sociais e culturais da teoria psicanalítica e sobre a influência das mídias tradicionais e das novas mídias nos processos sociais e na clínica atual. Líder de grupo de pesquisa e orientador em cursos de graduação e e pós-graduação na ECA-USP e PUC-SP. Finalista do Prêmio Jabuti em 2015 com o livro Raízes da Intolerância (Edufscar, 2014). Também autor e co-autor de: As Escritas do Ódio (Escuta, 2018), Semiótica Psicanalítica: Clínica da Cultura (Iluminuras, 2016); Imagens do Pai no Cinema: Clínica da Cultura (EDUFCAR, 2009) entre outros; além de artigos em jornais e revistas acadêmicas. Editor da Revista Leitura Flutuante da PUC-SP.

E-mail: joaoangelofantini@gmail.com

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9563953586709966>

Luis Esteban Dominguez

Arquiteto, urbanista e historiador. Como urbanista trabalhou em programas como o da recuperação da Bacia do Guarapiranga, na estratégia estadual de construção de habitação popular, na urbanização de favelas e em estudos de campo para diagnósticos urbanos e confecção de plano diretor. Como Historiador em campo, trabalhou na caracterização de comunidades ao longo da Estrada de Ferro Carajás (EFC – Vale do rio doce) e Vitória-Minas (EVM – Vale do Rio Doce). Desde 2008 desenvolve pesquisa no campo da história das mentalidades numa perspectiva semio psicanalítica. É professor do curso de pós graduação Lato-Sensu Semiotica Psicanalitica, ministrado pela PUC-SP, desde 2008. Desde 2018 é professor do curso Cultura Material e Consumo: perspectivas semiopsicanalíticas, da ECA-USP, na matéria Transhistoria, onde estuda os processos da imagem e dos símbolos, sua duração e seus efeitos, refletindo com autores como Braudel, Lacan e Marx os efeitos de um passado muitas vezes negligenciado. É colaborador dos Diálogos Itinerantes e Afropress.

E-mail: luisestebandominguez@gmail.com

Maria Eugênia Pacioni Gomes

É especialista em Cultura Material e do Consumo (ECA/USP 2022), possui MBA em Administração e Finanças (PUC/RS 2020), certificada em Measuring and Improving Business Performance (Cornell University 2019), e com formação superior em Produção Cultural (FMU/SP 2016). Atuou por mais de uma década em produção cultural focada na gestão executiva de diversos projetos teatrais e musicais, para em seguida direcionar-se para gestão de projetos em empresas de tecnologia. Integra o grupo de estudos 'Estilhaço', orientado pelo Prof. Dr. Vladimir Safatle (FFLCH/USP) onde pesquisa os efeitos subjetivos da cultura do consumo na sociedade apoiando-se em conceitos da psicanálise, filosofia, semiótica e sociologia.

E-mail: myapacioni@gmail.com

Oscar Angel Cesarotto

Psicanalista. Psicólogo formado pela Facultad de Filosofia y Letras de La Universidad de Buenos Aires, FFLUBA, Argentina Doutor em Comunicação & Semiótica pela PUC-SP. Professor e orientador nos cursos de especialização/pós-graduação: Semiótica Psicanalítica – Clínica da Cultura (COGEAE -PUC) & Cultura Material e Consumo – Perspectivas Semio-Psicanalíticas (ECA-USP). Organizador de Ideias de Lacan (2015) & autor de Sedições (2008), Inconsciências (2019), entre outros textos e artigos científicos. Membro da associação Livre – SP e criador do Café Lacaniano.

E-mail: cesarottooscar@gmail.com

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9678319169756511>

Paul Kardous

Psicanalista. Possui mestrado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2001). Atualmente é professor no curso de especialização/pós-graduação em Cultura Material e Consumo: perspectivas semiopsicanalíticas da ECA USP e do Instituto Brasileiro de Desenvolvimento Empresarial e no curso de especialização/pós-graduação em Semiótica psicanalítica: clínica da cultura da PUCSP. Tem experiência clínica desde 1987 na área de Psicanálise e psicologia, com ênfase em estudos da sexualidade e gênero. Autor de “Impotência sexual: o real, o simbólico e o imaginário” (2007) e organizador da obra “A Querela do gênero: uma abordagem psicanalítica” (2023). Coautor dos livros: Semiótica Psicanalítica – Clínica da Cultura (Iluminuras, 2013); Amor, desejo e gozo (Calligraphie Editora, 2017); Gênero e Sexualidade na Infância e Adolescência: Reflexões Psicanalíticas (Ágalma, 2018) e O Infamiliar na contemporaneidade: o que faz família hoje? (Ágalma, 2021). Fundador do Núcleo de Estudos e Pesquisas da Sexualidade do Ser Falante em Psicanálise.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3837295705075553>

Pedro de Santi

Psicanalista. Pós-doutor em Relações de Consumo (ESPM); Doutorado em Psicologia Clínica (PUC-SP); Mestrado em Filosofia (FFLCH-USP). Professor Colaborador do Mestrado Profissional em Comportamento do consumidor (MPCC), na Graduação da ESPM e nos cursos de especialização/pós-graduação em Cultura Material e Consumo: perspectivas semiopsicanalíticas da ECA USP. Autor “A construção do eu na Modernidade. Uma apresentação didática” (1998) “Psicologia. Uma nova introdução”, em co-autoria com Luis Cláudio Figueiredo (1997) “Desejo e adição nas relações de Consumo” (2011); “Eu e o outro na cidade: ensaios psicanalíticos sobre sexualidade, consumo, conectividade, família, arte” (2016). E outros capítulos de livro e artigos na área de psicanálise, consumo e subjetividade contemporânea “A subjetividade no ambiente conectado” (2020); “Existir na cidade 2: memória” (co-editado com Clarissa Rahmeier, 2019); “Existir na cidade: os contornos de si no (des)encontro com o outro” (co-editado com Clarissa Rahmeier, 2018) e “Crítica ao Eu na Modernidade em Montaigne e Freud (2022).

E-mail: psanti@espm.br

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9680886856847319>

Renato Gonçalves Ferreira Filho

Pós-doutorando pelo Instituto de Estudos Brasileiros da Universidade de São Paulo, doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) e mestre em Culturas Brasileiras pelo Instituto de Estudos Brasileiros da Universidade de São Paulo (IEB-USP). Professor de Publicidade na ESPM. O pesquisador trabalha com uma abordagem multidisciplinar que abarca os campos da comunicação, semiótica, psicanálise, filosofia e teoria crítica, para compreender os fenômenos comunicacionais e culturais. Possui graduação em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) (2012). Autor dos livros “Marina Lima: Fullgás – O livro do disco” (2022), “Eros pornografado: homoerotismo masculino e pornografia amadora” (2022) e “Nós duas, as representações LGBT na canção brasileira” (2016), livro premiado pelo Programa de Ação Cultural do Governo do Estado de São Paulo (ProAC n° 26/2015).

Email: r.goncalves.f@gmail.com

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3919121648225973>

