

A gestão do estranhamento e figuras de corporeidade na era estética do capitalismo

Uncanniness Management and Figures of Corporeity at the Age of the Aesthetics Capitalism

*Frederico Feitoza*¹

Resumo: *A partir de uma análise que busca articular duas obras recentemente lançadas no Brasil – A estetização do mundo, de Gilles Lipovetsky e Jean Serroy, e O circuito dos afetos, de Vladimir Safatle –, buscamos problematizar neste artigo que corporeidades estão sendo dispostas em acordo com as demandas político-econômicas que ora se estabelecem como neoliberais. Dessa forma, perseguimos uma questão específica: como vem sendo organizada, nesse cenário, a nossa capacidade de estranhamento?*

Palavras-chave: *gerenciamento de estranhamento; capitalismo estético; corporeidade.*

Abstract: *Drawing upon the articulation of two recently published works in Brazil: A estetização do mundo (Le esthétisation du Monde) by Gilles Lipovetsky and Jean Serroy (2015) and O circuito dos afetos, by Vladimir Safatle (2015), this paper aims to rise a discussion about what types of corporeities are being arranged accordingly to the major Neoliberal Political and Economic current demands. Therefore, we try to develop one specific problem: how our very capacity of uncanniness has been organized in this system?*

Keywords: *uncanniness management; aesthetic capitalism; corporeity.*

1 Universidade Católica de Brasília. Brasília, DF, Brasil. E-mail: fredfeitoza@outlook.com

Introdução

A passagem de uma sociedade de produção para uma sociedade de consumo, especialmente após a Segunda Guerra Mundial, desvelou algo de novo nas relações entre capitalismo e estética. Orientadas por um sistema de crédito, pela organização do capital especulativo e por um intenso processo de internacionalização dos mercados, as sociedades afluentes foram deixando entrever que as relações entre o sensível e o econômico passavam a celebrar um novo hedonismo e a crença de que finalmente todos poderiam viver livremente a sua individualidade, de forma que o *kitsch* e a cultura de massa fossem superados como baluartes sensíveis desse novo tempo. Não mais “clientes”, como dirá Theodor Adorno, “famintos de cinema, de rádio e de revistas ilustradas” (ADORNO, 2001, p. 97), mas empresários de si. Algo mais profundo na forma de sentir, de se afetar, de experimentar a corporeidade² em tempos de capitalismo de consumo concatenando-se alegremente com as suas demandas, inclusive e principalmente demandas trabalhistas.

Rearranjos políticos foram importantes para que o sistema econômico passasse a encarar esse novo *ethos*, não mais baseado estritamente naquelas premissas apontadas por Weber ou Marx em torno do mundo do trabalho, das repressões e salvaguardas energéticas e corporais, de forma que o próprio modelo de Estado de bem-estar social fosse se deixando entreter ou dismantelar por toda uma nova discursividade do liberalismo. Ao fim dos anos 1970, com a indicação de que a própria noção de modernidade vinha se deteriorando, ficava visível que não eram as massas que deveriam ser enaltecidas como uma coletividade indiscernível, mas as mentes e os corações dos chamados “indivíduos”.

Uma premissa tatcheriana que passaria a permitir, num futuro próximo, que esses indivíduos fossem pensados como possibilidade de investimento e não mais como sujeitos a quem se deveria explorar. Esse indivíduo passaria a ser pensado como uma empresa. O foco não seria

2 Uso a noção de corporeidade porque a acredito mais dialógica e menos determinante que o termo corpo. Ancoro-me na fenomenologia de Merleau-Ponty (2006), já que parece melhor que o corpo não seja pensado por meio de esferas isoladas (biológica, cognitiva, espiritual) e sim em sua relação com o mundo.

apenas a “força” de trabalho, mas a própria dimensão afetiva dos corpos como objeto de empreendimento: suas intensidades e sua libido. Uma nova retórica em torno do sucesso e de uma existência digna emergiria então e, com ela, toda uma nova sensibilidade – incluindo-se aí novos modelos de corporeidade.

A despeito de um idealismo perseverante desse sistema político-econômico, nem tudo na corporeidade desse indivíduo torna-se passível de integrar-se docilmente aos seus modelos e estéticas. A capacidade de estranhamento (*unheimlichkeit*) dos sujeitos, por exemplo – enquanto fomentadora de experiências de negatividade e sobre a qual nos adensaremos adiante – torna-se um desafio para as filosofias organizacionais e gerenciais florescentes a partir dos anos 1990. Idealmente, dentro desse novo regime de produção-consumo, tais indivíduos, com seus corpos irremediavelmente afetivos e pulsionais, deveriam compreender, elaborar e organizar essa capacidade de estranhamento (diante de si, do trabalho e das normatividades sociais) como uma forma de propriedade valiosa ao seu bem-sucedido eu.

Com base nesse contexto, este artigo buscará articular as noções de “capitalismo estético” e “gerenciamento de estranhamento”, embasadas em dois textos publicados recentemente no Brasil: *A estetização do mundo*, de Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2015), e *O circuito dos afetos*, de Vladimir Safatle (2015). Tal discussão, que não passa, por enquanto, de um ensaio teórico, terá como entorno uma questão que parece maior: que corporeidade interessaria ao funcionamento pleno das chamadas democracias neoliberais?

Dos corpos yuppies...

Michel Foucault (2008) resolveu dedicar parte do seu curso intitulado “O nascimento da biopolítica”, de 1979, à exploração disso que chama de *homo oeconomicus*: o sujeito ativo, individual, pensado como capital, espécie de investimento da sociedade empresarial. O homem tido como empreendedor de si, ou melhor, empreendedor de um “eu” tornado empresa. Nem a estética da existência nem a vida vivida como

obra de arte – que eram linhas de fuga pensadas por Foucault para o mundo disciplinado e controlado –, mas a vida tomada como objeto de gestão calculista, que caracterizaria a função básica da sua versão de biopolítica.

É irônico que isso venha a se dar às portas dos anos 1980, a chamada década de plástico, do descartável, do pós-moderno, que não era um tema foucaultiano. Aquela também era a década do *yuppie*, o executivo que se via nos filmes, homem forte, mestre e escravo de si, inconscientemente sociodarwinista... Um tipo de empresário de si, cuja *performance* condensava num corpo só a inteligência empreendedora, a energia juvenil e a mentalidade MBA que se ensaiava, ainda, como objeto de exportação norte-americana: o *American Psycho*, ironizado no famoso livro de Bret Easton Ellis de 1991, ou a mulher de ombreiras, masculinizada, como aquela interpretada por Sigourney Weaver em *Working girl*, filme de Mike Nichols de 1988.

Essas narrativas já traziam, sob a forma de pastiche e paródia, o germe de um tipo de corporeidade que se tornaria comum a partir da internacionalização da cultura norte-americana. Divulgavam-se, nos meios de comunicação, ideias, modelos de corporeidades, semblantes e aparências capazes de agrupar toda essa nova forma estética idealizada: o indivíduo multifacetado, realizador de várias atividades concomitantes, ambicioso, agendado, meritocrata e amante de seu trabalho, protegido por um discurso educacional e trabalhista amplamente integrador.

Foucault não testemunhou essa celebração do *homo oeconomicus* neoliberal. Não pôde ver o quanto o mundo do trabalho e o mundo da publicidade, assim como a cultura midiática como um todo, passariam a estetizá-lo. Não imaginou que o capitalismo passaria a produzir seus próprios pequenos mitos décadas depois, a exemplo de uma Andrea Sachs, protagonista do *best-seller* de Lauren Weiberger *O diabo veste Prada* (2003), ou um Chris Gardner, interpretado por Will Smith em *À procura da felicidade* (Gabriele Muccino, 2007). Narrativas sobre o doloroso e, ao mesmo tempo, encantador processo de gerenciamento das próprias vulnerabilidades e ambiguidades.

Foi o pós-moderno, enquanto campo atualizado de compreensão desse novo mundo, que passou a pensar essa estetização do nosso sistema econômico para, muitas vezes, enaltecê-lo. Um dos nomes por trás dessa percepção foi Gilles Lipovetsky. Quando escreveu *O império do efêmero* (2009) nos anos 1980, ressaltando o caráter modal de que dependia o próprio capitalismo, o autor defendia, de certa forma, que a autoexpressão do indivíduo democrático passava por sua liberdade individual de vivenciar o hedonismo e os pequenos luxos de um agora acessível mercado de consumo.

Status e ostentação poderiam ser relativamente vividos por quase todos. E, no final de tudo isso, uma certa dignidade social seria alcançada, na qual o sujeito que vivencia as extravagâncias da moda como mola principal da sociedade de consumo, em vez de ser posto como alguém passivo ou alienado, passaria a ser visto como alguém que é capaz de reinventar, de certa forma, a sua relação com os outros e, inclusive, ressignificar a própria noção de elite, que continuaria a ditar tendências, sendo que, agora, também de uma forma mais dialógica.

Em 2003, Lipovetsky, junto ao sociólogo Jean Serroy, vai dissertar sobre o capitalismo em si como uma forma estética, ou o que chama de “capitalismo artista”. No texto *A estetização do mundo*, que se oferece como um compêndio de pequenos comentários sobre a sociedade do consumo com base numa atualização da teoria do espetáculo de Guy Debord – em que palavras como “hiperespetáculo” e “hiperconsumo” são contextualizadas –, assume-se que a criatividade começa a exercer um papel importante num mundo que se pensava fadado às oposições massificantes insuperáveis entre arte e indústria. Na era do capitalismo estético ou era transestética, como chamam os autores, a multiplicação de tendências e espetáculos aponta para uma certa ambiguidade do capitalismo da qual se poderia tirar alguns frutos benéficos.

Diferentemente de outros estágios da humanidade, em que a arte se voltou primeiro para os deuses (era da artealização ritual), depois para os príncipes (estetização aristocrática) e para a arte em si mesma (na Modernidade), no capitalismo transestético, arte e mercado se conciliam

e, contrariamente a essa ideia que circulava entre apocalípticos da sociedade de produção e da indústria cultural, em vez de homens unidimensionais, teríamos individualidades com grande potencial criativo, com base num intenso e acessível circuito de experiências sensíveis e artísticas que só o homem contemporâneo (ao mesmo tempo *homo aestheticus* e *homo consumericus*) seria capaz de vivenciar.

Mais uma vez, Lipovetsky se posiciona numa certa dualidade em torno dos bens e males de uma estetização do nosso sistema econômico em que afetos e sensibilidades se dispõem conforme as demandas de um mercado que é, ao mesmo tempo, fonte de e fim para diversão e prazer, ou, parafraseando Guy Debord (2003, p. 8): espetáculo como “justificação total das condições e dos fins do sistema existente”. Traço que parece significativo para a nossa discussão, visto que acreditamos haver uma corporeidade que se modela de forma autorregulada ou auto-organizada nessa tensão interdependente entre trabalho, sensibilidade e prazer e que busca conceber-se como forma individual e liberal.

Essa forma não implicaria, entretanto, um ideal de vida com fins de uma riqueza concentrada e hierarquicamente superior (que seria, para o próprio Lipovetsky, um ideal datado e a partir do qual imaginamos, por exemplo, a figura do *yuppie*), mas na tese de que o capitalismo artista se baseia “na ordem dos projetos e das estratégias empresariais” (LIPOVETSKY e SERROY, 2015, p. 41). Ou seja, em vez de estagnado dentro de um cálculo racional da atividade econômica em torno do qual nossas vidas serão decididas, ele se abre sobre o corpo e o coração dos consumidores por meio de prazeres, sonhos, desafios e emoções assumidos como objetos de empreendimento. As funções tradicionais da arte passam a ser assumidas pelo universo empresarial. Agora, hiperespetáculo, entretenimento e publicidade tornam-se categorias comumente associadas à arte e são elementos que demandam atenção empreendedora.

Diferente do que diziam os detratores desse regime e outros apocalípticos, para Lipovetsky e Serroy, é como se “linhas de fuga” a esse mesmo capitalismo transtético estivessem democraticamente disponíveis àqueles que o vivem. Esse universo hedonista e efêmero das marcas

e empresas que regem nossas experiências e a própria vida simbólica não se estabeleceria num deserto de valores ou negaria a potência das relações afetivas nem estaria condenado a um niilismo vazio. Esse empreendimento em torno do sensível seria também um “sinal de avanço da destradicionalização e da secularização da esfera moral” (LIPOVETSKY e SERROY, 2015, p. 414) em que “o desinvestimento dos projetos de transformação revolucionária foi preenchido pelo engajamento mais imediato, na proteção da vida humana e da sua dignidade” (LIPOVETSKY e SERROY, 2015, p. 415).

Parafraseando Alexis de Tocqueville, os dois autores acabam endossando que uma das consequências da cultura democrática individualista seria o desenvolvimento de uma compaixão geral pela espécie humana capaz de gerar uma participação imaginária nas desgraças alheias, nem que por meio de emoções “fugazes e epidérmicas”. Em suma, a vida bela e boa não estaria no mero consumismo compulsório de prazeres distrativos sensorio-corporais, mas na abertura desse indivíduo liberal para o aperfeiçoamento e o enriquecimento de si, especialmente a partir de uma transição cuidadosa entre um paradigma capitalista da quantidade para um paradigma capitalista da qualidade.

... à captura dos monstros do estranhamento

Esse tom conciliador é combatido por autores que podemos classificar como “novos apocalípticos”, mas de tradição hegeliano-lacanianiana em vez de freudo-marxista, a exemplo de Slavoj Žižek, Alain Badiou ou Vladimir Safatle. Este último já vinha apontando que a única forma de o capitalismo conseguir conciliar a norma e sua transgressão, o que pode ser pensado, em outra chave, a partir do par trabalho/prazer, seria através do desenvolvimento de uma racionalidade cínica dominante, resumizada pela já conhecida fórmula ideológica de Peter Sloterdijk: “eles sabem o que fazem e mesmo assim o fazem”. Um tipo de duplicidade enunciativa capaz de sabotar a força perlocucionária de um dado enunciado e de resguardar o sujeito do comprometimento com aquilo que diz (SAFATLE, 2008).

No seu último livro, *O circuito dos afetos*, lançado em 2015, a relação capitalismo/corpo passa a ser pensada em sua dimensão afetiva e libidinal. Em geral, o texto convida a uma profunda discussão sobre a assertiva segundo a qual não há política sem corpo e afirma que a forma como os afetos circulam na sociedade terá uma relação direta com o modelo de corpo político-econômico que a administra. Sendo assim, Safatle provoca reflexões, por exemplo, sobre o preço impreterível a se pagar por uma sociedade baseada no modelo do indivíduo liberal, que passaria pela necessária definição de um outro como um tipo de invasor potencial e, conseqüentemente, na gestão do medo como afeto político mais eficiente.

Não haveria, portanto, a possibilidade de se construir vínculos políticos sem um regime de *aisthesis*. Dessa forma, o autor desenvolve uma discussão profunda sobre as diferenças entre medo e desamparo e suas relações com a esperança e o gozo enquanto transformadores ou mantenedores de uma dada ordem de coisas.

Aquilo que o autor pensava desde *Cinismo e falência da crítica* sobre a força de absorção das diferenças e indeterminações pelo capitalismo passa por uma cuidadosa averiguação, na qual economia política e economia libidinal estabelecem uma relação de comutação. Grosso modo, o sistema econômico atual não mais demandaria que sujeitos salvaguardassem o seu prazer e doassem toda sua energia a uma força de trabalho repressora e imperativa, como nos tempos do *ethos* descrito por Max Weber, mas estaria finalmente em consonância com o polimorfismo pulsional que é comum a todo e qualquer corpo – o que inclui as vicissitudes dos prazeres e das formas de mal-estar que se estabelecem nos sulcos entre cultura, libido e instinto.

Um tema desenvolvido por Safatle nos parece útil especificamente para o desenvolvimento dessa compreensão: a noção de espoliação psíquica do estranhamento (*unheimlichkeit*). Ela reflete bem como a estética do capitalismo, enquanto empreendedorismo de todas as esferas da existência, é capaz de produzir uma forma de corporeidade neoliberal altamente performática e funcional. Por estranhamento, em geral,

o filósofo dá a entender a capacidade do sujeito de deparar-se com sua consciência de vulnerabilidade e de exploração da ambiguidade de tudo que lhe parece familiar para, com isso, abrir-se, talvez, ao próprio exercício da crítica enquanto construção negativa de princípios novos no interior do que parecia, até então, posto e bem conhecido.

Nesse gerenciamento do estranhamento, essa potência do sujeito de estranhar-se através de uma experiência de negatividade transformadora deverá ser administrada pelas crescentes correntes de filosofias do empreendedorismo, da psicologia organizacional, da indústria psicofarmacológica para, em último caso, capturar a própria consciência de vulnerabilidade em si, comum a todos nós, para o interior de um quadro psiquiátrico de depressão, ansiedade, *stress* etc.

Assim, tudo aquilo que se pode associar a experiências como a da “contingência” em Hegel, no campo do político, ou do “desamparo” em Freud enquanto “dato biológico originário”, ou do “gozo” do real em Lacan enquanto registro psíquico que suspende o ordenamento simbólico, precisará cair nas graças de uma inteligência empreendedora com suas promessas de uma vida bem-sucedida. Nessa vida pensada dentro de escritórios e agências de emprego, todo excesso pulsional e contingência existencial serão sinônimos de anormalidade, doença e, em último grau, fraqueza.

É possível dizer que o poder nos melancoliza e é dessa forma que ele nos submete. Essa é sua verdadeira violência, muito mais do que os mecanismos clássicos de coerção e dominação pela força, pois trata-se aqui da violência de uma regulação social que leva o Eu a acusar a si mesmo em sua própria vulnerabilidade e paralisar sua capacidade de ação (SAFATLE, 2015, p. 83).

Não é apenas transformar a vulnerabilidade em fraqueza como premissa que opera por trás da noção de “beleza” da vida neoliberal, mas tentar gerir todas as formas de identificação do sujeito consigo e com os outros, incluindo aí os seus estranhamentos. Uma gerência que, para Safatle, investirá especialmente em identificações narcísicas em que o ideal de eu repousará numa corporeidade que funcione como um tipo de mídia

altamente fetichizada e atravessada pelo fluxo de capital e informação. Ou seja, a grande patologia ou o grande mal-estar desse tempo do capitalismo estético se caracterizará pela falha ou impotência do sujeito em assumir a sua própria maquinização ou cibernetização: aquele a quem foi passada a chama de fracassado ou *loser*. Motivo para maior vergonha e autopunição.

O individualismo neoliberal produz corporeidades narcísicas e possessivas mesmo quando a Pós-modernidade tem colocado em xeque a ideia de sujeito monádico dotado de uma certa fixidez identitária. É esse estranhamento que a Pós-modernidade promete cai nas graças do nosso sistema econômico exatamente quando ele se torna sensível diante dessa nova condição em que indeterminações e mutações passam a ser constantes em nossas vidas. Safatle explica que as próprias reconfigurações contínuas dos corpos nas sociedades atuais necessitam de uma noção de propriedade que é empresarial e que se deixa suplantada pela “promessa de plasticidade absoluta das formas de vida da mesma maneira que a intensificação do desempenho e das *performances* exigidas pelo ritmo econômico neoliberal se transformou em um peculiar modo subjetivo de gozo” (SAFATLE, 2015, p. 199). Nesse caso, quem não aceita enfrentar o risco de estar sempre se atualizando se torna o fracassado – ou um “covarde moral”, como dirá o autor.

Interessa, portanto, a esse corpo maximizar a sua *performance* por meio da internalização do modo empresarial de experiência. Um corpo sem forma, altamente flexível, disposto a acatar as demandas sociais mais extremas: “o sujeito neoliberal é muito mais um agente calculador de custos e benefícios do que um sujeito de quem se espera a conformação às normas sociais”. Essa flexibilização moral traduz, de acordo com o filósofo, a violência da própria estrutura pulsional polimórfica e, dessa forma, organiza e prepara um tipo de subjetividade que seja capaz de lidar com aquilo que lhe parece sempre mais terminante, a saber, a sua relação com a diferença, inclusive aquela mesma que a habita.

Safatle vai retomar um estudo que realizou na década de 1990 para explicar essa forma de gerenciamento do estranhamento ao problematizar

as mutações dos ideais de corpo na retórica globalizada do consumo, que se baseava, até então, na hegemonia de corpos arianos, saudáveis e heteronormativos. Na base de sua explanação repousava a ideia de que um imaginário globalizado do consumo não poderia acontecer através da simples repetição massiva de estereótipos.

A publicidade precisaria pôr no centro de sua retórica a realidade fragmentada e dissoluta do eu contemporâneo de forma que o corpo, entendido anteriormente como morada de uma identidade fixa, pudesse ser pensado finalmente por meio de sua infinita plasticidade, de tudo que lhe causasse estranhamento: “através do culto midiático a dietas, ginástica, cosméticos, lipoesculturas e cirurgias plásticas, uma espécie de retórica da reconfiguração plástica de si a baixo custo [que] foi se consolidando como peça central do discurso social contemporâneo” (SAFATLE, 2015, p. 213).

O corpo se torna, assim, projeto, objeto de *design*, um empreendimento de si que passa por uma série de investimentos que buscam otimizá-lo em sua capacidade tanto funcional quanto hedônica: cuidado empreendedor que freia as heteronomias e estranhamentos do sujeito com o corpo sem que haja uma imagem determinante a ser copiada, mas uma capacidade idealizada de reconfiguração da noção de identidade enquanto forma mais valiosa de propriedade. Para ilustrar tais teses, Safatle passa a analisar algumas representações sociais do corpo que surgem como reconfigurações inéditas propostas pelos discursos publicitários a partir dos anos 1990.

Como exemplo para tais análises, ele recorre aos corpos doentes e mórbidos de campanhas da Benetton e Calvin Klein; o corpo como uma superfície ou dispositivo para o desenvolvimento de personalidades múltiplas, no caso do Playstation; e, por fim, o corpo como objeto sexualmente ambivalente em publicidades da Versace e, outra vez, Calvin Klein. Enunciados que possibilitavam o lançamento de ideias até então inesperadas para o discurso publicitário, como o da autodestruição da imagem do corpo, num tipo de “revolta” puramente espetacular quando, ao parafrasear Debord, a própria insatisfação torna-se mercadoria.

Nesse caso, estaria a publicidade, baluarte expressivo do capitalismo estético, flertando com o negativo? Fornecendo aparatos subjetivos para lidarmos com os nossos próprios estranhamentos? Com ideias anteriormente resguardadas à experiência íntima do sujeito com a contingência, com o real, com a pulsão de morte?

Não é à toa que a polêmica e a transgressão vêm se colocando constantemente como norma retórica da provocação publicitária. Um tipo de gozo que se importará muito pouco com os mecanismos de defesa do eu dos sujeitos e que estará ali como nada mais do que possibilidade de superação psíquica e corporal. A experiência chocante de estranhamento estará, dentro dessa lógica da superação e do desafio, sendo espoliada e administrada por um outro cujas demandas por aceitação, dignidade e sucesso paralisam o sujeito diante de suas próprias interrogações existenciais: “Capacidade de enfrentar riscos, flexibilização, maleabilidade, desterritorialização resultante de processos infinitos de reengenharia, todos esses valores compõem um novo núcleo ideológico” (SAFATLE, 2015, p. 264).

Características para um tipo de corporeidade que tem em figuras como a do *manager* ou do *coach* seus mais valiosos conselheiros. O capitalismo sensível valoriza as formas flexíveis e plásticas, as formas que conseguem fazer conviver transgressão e norma, formas capazes de se adaptarem às maiores adversidades, principalmente àquelas que surgem do próprio sujeito. Assim, a imagem para esse sistema não é mais aquela do homem explorado, alienado, engolido por máquinas de um sistema fordista voraz, como aquela ironizada por Charles Chaplin (1936), nem o homem de ferro, o *businessman*, cuja couraça o leva à batalha com um tanque de guerra fálico, a exemplo do executivo *yuppie*, mas, finalmente, a de um corpo que se adapta e que se supera enquanto humano; um corpo cujos excessos caem na promessa de sua possível organização; um corpo que reinterpreta a plasticidade infinita da libido e a violência pulsional a favor de um eu atualizado. O corpo que o capitalismo estético sonha capturar é estranhamente um corpo sem forma predefinida,

ARTIGO

é um corpo inumano, uma corporeidade em si, como a do *Odradek* de Franz Kafka ou do *Alien* de Ridley Scott.

A fascinante leitura de Slavoj Žižek (2008) acerca dessas criaturas, concebidas como formas amorfas e, conseqüentemente, como imagens ideais para o polimorfismo pulsional, pode nos ensinar bastante sobre a tentativa do próprio capitalismo de “parasitar” ou “colonizar” os redutos mais inacessíveis do humano, aquilo que torna o sujeito estranho a si mesmo. O *Odradek*, como descreve o próprio Kafka (*apud* ŽIŽEK, 2008, p. 158-159), é um “resto quebrado [...] é extraordinariamente ágil e nunca se consegue pegá-lo”. Uma coisa viva que não tem onde habitar, mas que está sempre à espreita, nas frestas.

Para Žižek, *Odradek* é um objeto transgeracional, sem tempo e imortal. Ele o entende como a *jouissance* encarnada, da mesma forma que o famoso *Alien*, que apareceu como uma forma apavorante a partir do filme de Ridley Scott de 1979. Parafraseando Jacques Lacan em seu Seminário XX, Žižek dirá que a *jouissance* é aquilo que não serve para nada, inatingível, mas do que nunca conseguimos nos livrar.

Para tanto, ele aceita a análise de Jean-Claude Milner (*Odradek, La bobine de scandal*, 2004) do texto de Kafka, na qual afirma que, porque tem pernas e ri, *Odradek* contém traços do ser humano, embora pareça claramente inumano, configurando-se angustiantemente apenas como um objeto parcial para o qual não parece faltar nada: “resto de substância viva que escapou da colonização simbólica, a palpitação horrível da pulsão acéfala que persiste”. É a estranheza encarnada em si. O monstro de *Alien* vai na mesma linha: ele é, para Žižek, agora parafraseando Stephen Mulhall (*On Film*, 2001), o pesadelo da natureza encarnada, da personificação do reino animal que só quer sobreviver e se reproduzir. É a pulsão que penetra e parasita o corpo.

Sua leitura da série *Alien*, do filme de 1979 até *Prometheus*, de 2012, também de Ridley Scott, realiza um tipo de associação metonímica com o próprio capitalismo ou aquilo a que ele chama de paralaxe – método seu por excelência que se configura como exercício de perversão dos objetos da cultura. Em meios aos ciclos sem fim de alternância e

reprodução/mutação entre monstros e humanos ao longo de toda a franquia, o filósofo aconselha:

Não se deveria permitir que esse fascínio pelo alienígena monstruoso ofuscasse o lado anticapitalista da série *Alien*: em última instância, o que ameaça o grupo solitário numa espaçonave não são os alienígenas como tais, mas a maneira como o grupo é usado pela Empresa anônima terrestre que quer explorar a forma de vida alienígena. A questão aqui não é jogar com o “sentido metafórico” superficial e simplista (os monstros alienígenas vampirescos “significam na verdade” o Capital), mas conceber o vínculo no nível metonímico: como o Capital parasita e explora a pura pulsão de Vida. A vida pura é uma categoria do capitalismo (ŽIŽEK, 2008, p. 163).

Considerações finais

Alcançar os afetos e os desejos com base em um modelo idealizado de pureza vital é, ao nosso entender, a ambição estética do nosso sistema econômico. É o objeto de seu empreendimento central. É não apenas o que o torna dotado de uma característica biopolítica intrínseca, mas de uma sensibilidade avançada. O seu novo imperativo, a partir da assunção da sociedade de consumo e de sua aceitação do corpo não como uma morada fixa, mas como um conjunto de pulsões instáveis, é a de que não precisa haver mais separação entre libido, trabalho e prazer. Não há mais necessidade de haver estranhamentos entre tais esferas. O estranhamento não apenas parece contraproducente, mas também antiestético, indigno, feio. A dimensão gozosa e estranha que é própria ao humano, antes associada a experiências religiosas e artísticas contrastantes em relação às demandas sociais normativas, é cercada por um universo organizacional que começa a se tornar indissociável do hiperespetáculo e do entretenimento.

A corporeidade neoliberal assimila esse polimorfismo irresoluto, sem função, mas insistente, a uma ideia de propriedade valiosa do eu. Essa é a forma como vem sendo organizada, nesse cenário, a nossa capacidade de estranhamento. Algo que desvela as sofisticadas nuances de uma

sistema político-econômico que se dispôs a progredir com o apoio de instituições e governos e, mais profundamente, com a admiração de seus cidadãos/consumidores. Eles se maravilham, por exemplo, com essa publicidade que aceita a negatividade de corpos por muito tempo repudiados por ela própria: gordos, *gays*, trans; idolatram uma *popstar* que se autointitula *mother monster* enquanto vende um perfume que se chama *Alien by Lady Gaga*; fornecem, ao se entreter, algoritmos capazes de calcular seus medos e memórias mais agradáveis para produzir séries tocantes, a exemplo do que aconteceu com *Stranger Things*, sucesso da Netflix de 2016. É o caos pulsional que interessa ao sistema rearranjar dentro de fascinantes e fetichizadas embalagens.

Referências

- ADORNO, T. *Minima Moralia*. Lisboa: Edições 70, 2001.
- DEBORD, G. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- FOUCAULT, M. *O nascimento da biopolítica*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- LIPOVETSKY, G. *O império do efêmero*. São Paulo: Companhia de Bolso, 2009.
- _____.; SERROY, J. *A estetização do mundo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
- SAFATLE, V. *Cinismo e falência da crítica*. São Paulo: Boitempo, 2008.
- _____. *O circuito dos afetos*. São Paulo: Cosac & Naify, 2015.
- ŽIŽEK, S. *A visão em paralaxe*. São Paulo: Boitempo, 2008.

Sobre o autor

Doutor em Comunicação pela UFPE. Professor de Comunicação e Cultura da Universidade Católica de Brasília, onde participa de Grupo de Pesquisa em torno das relações entre Corporeidade e Virtualidade.

Data de submissão: 24/02/2017

Data de aceite: 10/04/2017