

Consumo e desejo na cultura do narcisismo

Pedro Luiz Ribeiro de Santi¹

RESUMO

Neste artigo, pretendo mostrar como o conceito de cultura do narcisismo, criado pelo antropólogo americano Christopher Lash nos anos 1970, pode nos ajudar a pensar sobre alguns padrões de consumo em nosso mundo contemporâneo.

Trabalho também com o psicanalista Jurandir Freire-Costa, o sociólogo Zygmunt Bauman e teses minhas para tentar compreender como se altera a forma de consumir em decorrência da crise da Modernidade.

Palavras-chave: Consumo; desejo; narcisismo; Modernidade.

ABSTRACT

In this article, I intent to show how the concept of culture of narcissism, created by American anthropologist Christopher Lash in the 1970's, can help us think about some patterns of consumption in contemporary world.

I also work with ideas put forward by psychoanalyst Jurandir Freire-Costa, sociologist Zygmunt Bauman as well as some of my own ideas, in order to try to understand how the modes of consumption change throughout the crisis of Modernity.

Keywords: Consumption; desire; narcissism; Modernity.

¹ Psicanalista, doutor em Psicologia Clínica pela Pontifícia Universidade Católica (PUC-SP) e mestre em Filosofia pela Universidade de São Paulo (USP). Leciona na Especialização em Psicologia Clínica: Teoria Psicanalítica (COGEAE/PUC-SP) e na Faculdade de Comunicação Social da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SP). É autor de *A crítica ao eu na Modernidade. Em Montaigne e Freud* (Casa do Psicólogo, 2003), *A construção do eu na Modernidade. Uma apresentação didática* (Holos, 1998) e co-autor, ao lado de Luís Claudio Figueiredo, de *Psicologia. Uma nova introdução* (EDUC, 1997).

Neste artigo, explorarei as possibilidades que o conceito de “cultura do narcisismo” abre com relação à compreensão do sentido de determinados comportamentos de consumo. Partirei do livro *A cultura do narcisismo*, de 1979, do antropólogo americano Christopher Lasch².

Ainda que sua conceituação tenha sido bastante questionada, a expressão “pegou” e passou a ser usada em diversos contextos. Pretendo expor de maneira bastante próxima à da obra de Lasch (até mesmo por ela estar hoje fora de catálogo no Brasil) e, em seguida, apresentarei a discussão e os desenvolvimentos em torno do conceito, em especial pelo enfoque de um autor brasileiro: Jurandir Freire-Costa.

Trata-se aqui do entrecruzamento de uma teorização psicanalítica com uma dimensão cultural, relacionada à crise da Modernidade. Pretendo explorar as formas que o desejo toma em nosso tempo.

1

A cultura do narcisismo definida por Lasch

No final dos anos 1970, Lasch se depara com um forte sentimento de mal-estar e perda de confiança nos EUA pelos próprios americanos, depois do otimismo das duas décadas anteriores.

O período posterior à Segunda Guerra havia sido de abertura do mundo e também de aparência de que tudo seria possível, mas essa esperança foi se esgotando na medida em que o estoque de idéias construtivas foi se exaurindo e todos se depararam com o fato de que a ciência e os valores modernos não teriam conseguido resolver os problemas mundiais.

Lasch apresenta sua obra nos seguintes termos:

² Este artigo se baseia num capítulo da pesquisa que desenvolvi para o Núcleo de Pesquisas e Publicações da ESPM em 2005, chamada “Cultura do narcisismo, cultura do traumático”.

Este livro descreve um modo de vida que está moribundo – a cultura do individualismo competitivo, o qual, em sua decadência, levou a lógica do individualismo ao extremo de uma guerra de tudo contra tudo, a busca da felicidade em um beco sem saída de uma preocupação narcisista com o eu (Lasch 1983: 14).

A cultura do narcisismo não se segue (ou se opõe) a uma ordem tradicional, mas sim ao individualismo moderno, ao qual torna mais agudo ou supera. Voltaremos a este ponto ao final deste artigo.

Se os valores da Modernidade produziam culpa como expressão de mal-estar, com sua ética repressiva da renúncia ao prazer imediato, os tempos atuais passaram a produzir ansiedade.

Aqui, Lasch faz uma referência clara, ainda que não nomeada, à “teoria da cultura” de Freud, tal como formulada em *O mal-estar na civilização* (1931). A base do modelo é a concepção segundo a qual a cultura se apóia sobre a repressão dos impulsos sexuais e agressivos que, então, são desviados para finalidades socialmente úteis e aceitáveis: o trabalho, a amizade etc. Mas a aderência à renúncia ao prazer imposta pela sociedade e suas exigências cada vez maiores custam um preço muito alto: a repressão excessiva acaba por gerar o “nervosismo moderno”, a neurose que acaba por tornar as pessoas improdutivas e se mostrar nociva à própria vida social. Mesmo fora do campo das patologias que retirassem algumas pessoas da circulação social, a massa das pessoas seria tomada por um crescente mal-estar, que é formulado como sentimento contínuo de culpa e dívida com relação aos modelos ideais inalcançáveis da cultura. Para quem da dinâmica da repressão dos impulsos, Freud ainda formula outra fonte mais radical de sofrimento e dificuldade para a vida social: um impulso primitivo destruti-

vo, que se manifesta sob a forma de agressividade dirigida a todos aqueles que frustram nossos desejos e ameaçam nossa integridade egóica, ou seja, nosso narcisismo. Os conflitos indivíduo/cultura e indivíduo diante de outro indivíduo já seriam uma fonte enorme de tensão e infelicidade, mas o pensamento psicanalítico se caracteriza pela compreensão de que ainda antes destes confrontos há divisões internas ao próprio psiquismo que não poderiam ser resolvidas em qualquer forma de regime social (embora possamos pensar em modelos mais ou menos capazes de produzir arranjos melhores para essa dinâmica). Os conflitos e cisões são tanto internos como externos, o que gera uma perspectiva de contínuos rearranjos e soluções de compromisso que nunca poderiam chegar a um ponto de equilíbrio e paz.

Voltando ao percurso que acompanhávamos, a ansiedade é característica de alguém que não se interessa pelo futuro – não crê nele –, assim como não se interessa pelo passado. Nesta passagem, pela primeira vez Lasch nomeia este indivíduo como “narcisista”. A base para a emergência de uma cultura narcísica é atribuída ao sentimento crescente de impotência diante do mundo e a determinação de seus destinos:

Após a ebulição política dos anos sessenta, os americanos recuaram para preocupações puramente pessoais. Desesperançados de incrementar suas vidas com o que interessa, as pessoas convenceram-se de que o importante é o autocrescimento psíquico: entrar em contato com seus sentimentos, comer alimentos saudáveis [...], aprender a se “relacionar”, superar o “medo do prazer” (Lasch 1983: 24).

O sentimento coletivo dominante é que se deve viver o momento presente e exclusivamente para si. Não se trata simplesmente de um simples retorno do sentimento onipotente do narcisismo infantil, mas de um fechamento pro-

vocado pelo “desterro” do sujeito, tal como concebido na Modernidade: livre, ativo e autônomo. A própria família teria perdido sua função da criação e transmissão dos valores da cultura às novas gerações: essa tarefa passou a caber a “especialistas”, profissionais da educação e da saúde. Frequentemente, consideramos ser problemática a situação em que a esfera privada da experiência invade a pública, como quando um político orienta suas ações em favor de benefícios próprios, mas a análise de Lasch inverte a direção do problema. Trata-se aqui da invasão dos espaços privados (como a própria casa e a família) pela ordem pública. Essa invasão produziria uma desapropriação de cada indivíduo das ordens de determinação e compromisso com o que faça, levando-o a recuar num fechamento narcísico defensivo.

Referindo-se ao clássico modelo de Max Weber, em *A ética protestante e o espírito do capitalismo* (1996), como modelo do homem americano, diz Lasch:

Ele [o homem americano] vivia para o futuro, evitando a auto-indulgência em favor de uma acumulação paciente, diligente; e na medida em que a perspectiva coletiva via o todo com tanto fulgor, ele encontrava no adiamento da gratificação não só sua gratificação pessoal, mas também uma fonte abundante de lucro [...].

A inflação corrói os investimentos e as poupanças. A propaganda solapa o horror ao endividamento, exortando o consumidor a comprar agora e a pagar mais tarde. À medida que o futuro se torna ameaçador e incerto, só os tolos deixam para o dia seguinte o prazer que podem ter hoje [...]. A autopreservação substituiu o autocrescimento como o objetivo da existência [...]. Esperam não tanto prosperar, mas simplesmente sobreviver, embora a própria sobrevivência necessite cada vez mais de ganhos maiores (1983: 79).

Muitas coisas importantes são anunciadas nessa passagem. Uma delas é a questão do consumo, à qual abordaremos adiante. Por ora, destaquemos a dimensão da experiência psicológica envolvida. O sujeito moderno (freudiano e weberiano) vive no reino do desejo e da renúncia a ele; este sujeito que o segue recua à posição de quem vive no campo das necessidades básicas de sobrevivência. Em vez de um trabalhador que almeja a ascensão social ou a possibilidade de abrir seu próprio negócio, temos alguém desesperado em não perder seu emprego. Ou ainda, em vez daquele que abre seu próprio negócio (a oficina na garagem, a franquía do pão de queijo) como senso de oportunidade e desejo de autonomia, hoje temos alguém que abre seu negócio por não ter conseguido se incluir no campo cada vez mais estreito do emprego formal.

Embora aos olhos de um psicanalista a dinâmica descrita por Lasch soe mais primitiva e regredida que a do sujeito neurótico moderno, o autor procura analisá-la em termos de recrudescimento da própria repressão. As pessoas teriam interiorizado cada vez mais os mandatos repressivos e de tal forma que teriam se tornado incapazes de desejar ou sentir o que quer que seja. Segue-se a essa aderência excessiva aos limites da civilização um tédio aniquilador que as leva a cultivar experiências mais intensas que despertem seus apetites adormecidos. O narcisista sonha com uma vida selvagem, louca e aventureira com a liberdade de quem não se sente ameaçado por esta possibilidade.

As pessoas do século XX já não saberiam o que seria ser tomado pelo desejo:

Ao contrário, tendem a ser consumidas pelo ódio, que deriva das defesas contra o desejo e dão origem, por sua vez, a novas defesas contra o próprio ódio. Suaves, submissas e sociáveis por fora, elas fervem em um ódio interior para

o qual uma sociedade densa, superpopulosa e burocrática pode divisar poucas saídas legítimas (Lasch 1983: 32).

Assim, temos a procura por sensações intensas no presente, com o repúdio ao passado, ausência de perspectiva de futuro e a expressão de um ódio intenso a tudo e a todos. Temos ainda a referência indireta a um modo de organização subjetiva teorizada pela psicanálise (mais especificamente, por Winnicott) como falso *self*: trata-se precisamente daquela organização na qual se estabelece uma casca superficial de normalidade criada como defesa aos ataques do ambiente, numa espécie de “amadurecimento precoce”. No entanto, a criação dessa barreira tem como custo a manutenção de um estado interior imaturo e explosivo, podendo conter até mesmo uma psicose latente.

Tendo perdido a crença nas autoridades e valores culturais, a atenção volta-se então para aqueles que detêm valor reconhecido pela cultura a cada instante: as celebridades instantâneas:

Os meios de comunicação de massa, com seu culto da celebridade e sua tentativa de cercá-la de encantamento e excitação, fizeram dos americanos uma nação de fãs, de freqüentadores de cinema. A “mídia” dá substância e, por conseguinte, intensifica os sonhos narcisistas de fama e glória, encoraja o homem comum a identificar-se com as estrelas e a odiar o “rebanho”, e torna-se cada vez mais difícil aceitar a banalidade da existência cotidiana (Lasch 1983: 43).

Correlatamente, na falta de qualquer outro critério interiorizado ou social para identificar-se e reconhecer-se, só resta o anseio por existir e ser reconhecido como celebridade:

Estas pessoas exibem, de forma exagerada, a obsessão predominante pela celebridade e uma determinação de consegui-la mesmo a custo de auto-interesses racionais e sua segurança pessoal. O narcisista divide a sociedade em dois grupos: os ricos, grandes e famosos, de um lado, e o rebanho comum, do outro (Idem: 115).

O livro de Lasch segue desenvolvendo o tema, explicitando o narcisismo presente em diversos produtos culturais norte-americanos. Dois dos temas que ele desenvolve ainda nos interessam particularmente.

Lasch passa a estabelecer como referência para a compreensão do narcisismo na cultura o narcisismo com o modelo psicopatológico na psicanálise. Na classificação de Freud, os grandes grupos eram constituídos pelas neuroses de transferência (a histeria, a neurose obsessiva e a fobia), as perversões e as neuroses narcísicas (as psicoses, como a paranóia, a esquizofrenia e o distúrbio bipolar, ainda que os nomes dados por ele a essas estruturas fossem outros). Uma parte importante do trabalho de Freud foi problematizar a definição de normalidade e anormalidade. Muitos de seus trabalhos vão na direção de mostrar que não há uma diferença qualitativa, mas apenas quantitativa entre aquilo que podemos considerar como normalidade e os estados psicopatológicos. O comportamento chamado de normal, por sua vez, contém uma série de pequenas fixações, inibições e atos falhos característicos da neurose. Embora se possam encontrar referências eventuais ao “normal” em sua obra, não é difícil perceber que ele, de fato, corresponde ao comportamento neurótico. Provavelmente só se possa pensar a anormalidade em termos estatísticos (ou seja, o que é normal em determinado grupo de pessoas) e não em termos absolutos; de outra parte, o limite do patológico também aparece quando a própria pessoa se dá conta que sua forma

de agir passa a ser um entrave para sua felicidade e adaptação ao meio.

O narcisismo faz parte da constituição do eu de todas as pessoas em suas infâncias, mas, como se vê, ele dizia respeito também a um modo de funcionamento patológico que explica as psicoses. Elas se caracterizariam, em termos gerais, por um recolhimento do interesse da pessoa com relação aos objetos externos e um fechamento no mundo interno. Foi do estudo das psicoses que Freud derivou o conceito de narcisismo: toda a energia psíquica estaria voltada ao próprio eu.

Alguns psicanalistas posteriores a Freud passaram a recorrer ao narcisismo para se referir a outras formas de sofrimento psíquico com o qual se defrontavam. Trata-se de pessoas com fortes traços narcísicos que não chegam a romper com a realidade. Lasch observa corretamente como consta na história da psicanálise que, sobretudo desde os anos 1950, muitos dos pacientes que chegam aos consultórios não parecem se encaixar no modelo freudiano. Eles se queixam de insatisfações difusas, existência amorfa, fútil, vazia, de depressão e alterações bruscas na auto-estima, por exemplo, em vez de ter um quadro sintomático estável. A falta de lugar na categorização clássica (neuroses e psicoses) fez com que fosse forjado o nome de categoria *borderline*. Mas o próprio termo sofreu uma série de mudanças semânticas, de forma que, do significado de “terra de ninguém” nas fronteiras da neurose e da psicose, ele passou a nomear, hoje, uma forma de adoecimento das fronteiras (limites) do eu. Os “casos-limite” são, hoje, um dos principais objetos de estudo da psicanálise.

Lasch procura evocar a história deste novo uso do narcisismo e, com isso, identificar os traços desta patologia com aqueles que descreveu na dinâmica cultural americana. O autor considera que a psicanálise pode ajudar na

compreensão dos fenômenos sociais na medida exata em que não tenta fazê-lo diretamente, mas sim quando procura criar modelos teóricos para a compreensão de casos singulares.

Ao mesmo tempo que, para Lasch, o narcisismo patológico informa sobre o narcisismo como fenômeno social, as mudanças ocorridas ao longo do século XX nesta mesma cultura são reconhecidas como causa do aumento de casos patológicos. Cada época criaria suas formas particulares de adoecimento que expressariam, de forma exacerbada, as estruturas da organização social vigente.

Tomemos uma passagem na qual ele descreve isso:

A psicanálise, uma terapia que teve origem na experiência com indivíduos severamente reprimidos e moralmente rígidos, os quais precisam chegar a um acordo com um censor interior rigoroso, hoje se vê cada vez mais confrontada com um caráter caótico e impulsivo. Ela precisa lidar com pacientes que atuam seus conflitos, em vez de reprimi-los ou sublimá-los. Estes pacientes, embora muitas vezes agradáveis, tendem a cultivar uma superficialidade protetora nas relações pessoais. Falta-lhes a capacidade de sentir pesar, pois a intensidade de sua ira contra objetos amorosos perdidos, em particular contra seus pais, impede que revivam experiências felizes ou que guardem na memória. Sexualmente mais promíscuos do que reprimidos, não obstante acham difícil “elaborar o impulso sexual” ou abordar o sexo com espírito lúdico. Evitam envolvimento íntimos, que poderiam liberar sentimentos intensos de ira (Idem: 62).

Essa descrição adequa-se de fato aos quadros que descrevemos como casos-limite. Mas, como veremos adiante, a assimilação de uma modalidade de patologia para descrever a cultura de uma época ou país parece ser um procedimento falho, por princípio.

Como último ponto que pretendo destacar da obra de Lasch, aparece justamente a questão da propaganda e consumo como formas privilegiadas de realização da cultura do narcisismo. Lasch data o nascimento do consumo como cultura no início do século XX. A imagem paradigmática é a da indústria automobilística, que, percebendo seu potencial de produção em massa, passou a criar mecanismos para seu escoamento, e isso se fez pela transformação da mão-de-obra – o trabalhador – em consumidor.

A publicidade joga um papel essencial neste jogo:

Em uma época mais simples, a publicidade meramente chamava a atenção para o produto e exaltava suas vantagens. Hoje em dia, ela procria um produto próprio: o consumidor, perpetuamente insatisfeito, intranquilo, ansioso e entediado. A publicidade serve não tanto para anunciar produtos, mas para promover o consumo como um modo de vida. Ela “educa” as massas para ter um apetite inesgotável não só por bens, mas por novas experiências e satisfação pessoal. Ela defende o consumo como a resposta aos antigos dissabores da solidão, da doença, da fadiga, da insatisfação sexual; ao mesmo tempo, cria novas formas de descontentamentos peculiares à era moderna. Ela joga sedutoramente com o mal-estar da civilização industrial (Idem: 102).

Freire-Costa (1984) também identifica a fonte desta concepção de Lasch. O estabelecimento da causa econômica do consumismo é baseado numa das autoridades sobre o assunto: Galbraith. Cito uma passagem longa, mas que sintetiza muito bem essa posição:

O problema fundamental do capitalismo contemporâneo não é mais a contradição entre maximização do lucro e racionalização da produção [...], mas entre uma produtividade virtualmente ilimitada [...] e a necessidade de escoamento dos produtos. Torna-se vital para o sistema, nesta

fase, controlar não apenas o aparelho de produção, mas a demanda de consumo [...]. O efeito geral é o de, seja por meios anteriores ao ato da produção (pesquisas, estudos de mercado), seja por meios posteriores (publicidade, marketing, condicionamento), retirar do comprador o poder de decisão sobre a compra, para transferi-lo à empresa, onde pode ser manipulado (Galbraith, *apud* Freire-Costa 1984: 150).

Aqui, a propaganda e o consumo se encontram como expressão e produção da subjetividade narcísica. De um lado, há a superabundância de oferta de mercadorias que prometem felicidade, de outro, cidadãos perdendo suas referências e diante de um mundo complexo que não podem compreender e controlar. Acrescento um comentário: é como se houvesse um acionamento do narcisismo por duas vias – um recuo à onipotência infantil, com a ilusão de acesso mais imediato aos prazeres que se busca, e um fechamento narcísico defensivo ante as invasões e riscos da vida contemporânea.

A tese segundo a qual um excesso de produção a ser escoada teria criado a cultura do consumo é questionada (como veremos adiante) e, independentemente disso, o real aumento da produção também não significou o acesso real de tais produtos à totalidade da população. O mundo tal como apresentado pela propaganda, no entanto, representa a possibilidade de se alcançar a felicidade plena com o encontro daquilo mesmo que nos faltava. Já não é preciso renunciar ou esperar, basta poder pagar:

A moderna propaganda de mercadorias e da boa vida sancionou a gratificação do impulso e tornou necessário para o id desculpar-se por seus desejos ou disfarçar suas proporções grandiosas. Contudo, esta mesma propaganda tornou insuportável o fracasso e a perda (Lasch 1983: 44).

Assim, a sociedade torna-se inteira espetáculo, tendo como único critério de valor a visibilidade e a fama. Por meio do consumo, aderimos à promessa de prazer imediato e por meio da aderência ao consumismo nos condenamos a uma insatisfação maior. Se já não bastava a frustração e insatisfação à qual – edipicamente – procurávamos nos conformar, com as promessas da propaganda temos que nos haver com o reforçamento dos ideais narcísicos que, da mesma forma, serão frustrados. Mas agora, gerando uma insatisfação maior, com a queda proporcional ao patamar no qual habitavam nossos ideais. Alguns autores representam este movimento da seguinte forma: em vez do imperativo superegógico que nos impunha a renúncia ao prazer, teríamos hoje um outro imperativo que diz: goze! O gozo aparece hoje inicialmente como uma possibilidade e então passa a ser um dever. Aquele que não goza, deve estar doente.³

Tomemos uma última passagem na qual Lasch condensa suas teses:

Todos nós, atores e espectadores, igualmente vivemos cercados de espelhos. Neles, procuramos segurança quanto à nossa capacidade de cativar ou impressionar outras pessoas, ansiosamente procuramos por manchas que possam prejudicar a aparência que desejamos projetar. A indústria da publicidade encoraja deliberadamente esta preocupação com aparências [...], um fascículo anunciando conselhos de beleza colocou em sua capa um nu com o título: “sua obra-prima: você” (Idem: 124).

A seguir, passaremos a percorrer alguns dos destinos das teses de Lasch sobre a cultura do narcisismo. Vamos fazê-lo por meio de trabalhos de Jurandir Freire-Costa desde os anos 1980, nos quais aquelas teses são mais bem contextualizadas do que no próprio livro original, desenvolvidas, discutidas e, possivelmente, superadas.

³ A psicanalista Maria Rita Khel trabalha bastante bem essa perspectiva em muitas de suas obras. Ver, por exemplo, Khel & Bucci (2004).

2

Cultura do narcisismo e trauma

Em *Violência e psicanálise* (1984), Freire-Costa faz uma ampla apresentação das teses de Lasch.

Uma primeira crítica que apresenta é a proposição segundo a qual o modelo do narcisismo social seria o narcisismo patológico, o que seria incongruente. Aquilo que apresenta como narcisismo social é descrito como um traço étnico da cultura americana, um produto da socialização, enquanto o traço psicopatológico significa uma falha no processo de socialização. Não faria sentido falar num grupo social doente.

Mas são outras duas considerações que vêm ao encontro de nosso interesse: uma relativa à origem do consumismo e outra relativa ao conceito de narcisismo.

Baseado nas análises de Jean Baudrillard (1970), Freire-Costa critica a concepção presente em Lasch, segundo a qual o consumismo tornou-se um programa bem-sucedido de produção de consumidores gerado pela produção industrial abundante de mercadorias a serem escoadas.

A análise de Baudrillard empenha-se em desvincular consumo de abundância de produção e, com isto, desfazer o mito de que os meios de produção e a mídia consigam criar o desejo e exercer pleno controle sobre ele. Isso é exemplificado de forma simples e eficaz: o consumo não cresce (não cresceu) em ambientes de riqueza generalizada, pelo contrário, ele cresce em meio à desigualdade e escassez relativa de bens materiais e culturais. A dimensão do consumismo em países como o Brasil e noutros países subdesenvolvidos deve ser um exemplo irrefutável disso. Por outro lado, é também evidente que nem sempre as ações de marketing são bem-sucedidas, e mesmo quando o são, seria preciso explicar caso a caso como e por que isso

se deu ou não. Assim, se desfaz a concepção de que o ciclo do comportamento de consumo seja reduzido “à criação de um dado produto pela indústria e à criação do desejo deste produto no indivíduo através da publicidade” (Freire-Costa 1984: 152).

Na análise de Baudrillard, o sistema de consumo baseia-se em diversas formas de hierarquização e produção de diferenças entre os indivíduos. A desigualdade intrínseca ao sistema não é ou tende a ser resolvida, mas é transferida para novos bens e objetos aos quais só uma minoria privilegiada tem acesso. Assim que a massa passa a ter acesso a determinado bem de consumo, novas modalidades e qualidades são criadas para que se possam restabelecer as diferenças de acesso de acordo com o poder aquisitivo.

Podemos pensar que no mundo moderno urbanizado, com a ausência de critérios familiares, títulos de nobreza, tradição etc., os indivíduos passaram a buscar suas identidades por meio daquilo que consomem. A sociedade de consumo teria como um de seus componentes a busca pela construção de subjetividades singulares, o que ocorre, num aparente paradoxo, no contexto de produção massificante:

A lógica do consumo é a de opor os indivíduos uns aos outros como elementos de um sistema de signos, onde a totalidade é o que importa e não a necessidade ou a particularidade de cada elemento. É a partir desta lógica que se pode entender a *ditadura da moda* na grande cidade (Freire-Costa 1984: 153).

Aparentemente ligado à tradição estruturalista francesa, Baudrillard identifica o engate do desejo de consumo de determinado produto a um fator relacional. Assim, por exemplo, o desejo de adquirir determinado automóvel é movido pelo valor atribuído a ele nos grupos aos quais per-

tenção e, sobretudo, aos quais gostaria de pertencer. Se determinado modelo torna-se comum entre os “meus iguais”, ele perde o valor, independentemente de seus atributos como produto. A moda não seria um sistema de massificação, mas de reconhecimento do que, a cada momento, tem valor para a sociedade. A propaganda “vende” a personalização, a produção de individualidade:

A personalização no modismo consumista faz com que o indivíduo, massificado e uniformizado, sinta-se único na posição que ocupa socialmente, quando se apropria de determinados bens e objetos (Idem: 154).

Se o consumismo leva adiante o projeto moderno de singularização, a sociedade moderna cria outros fenômenos em sua esteira: a burocratização e o narcisismo.

A burocratização existe para restringir o rumo ao individualismo absoluto que levaria ao caos social. A violência se imporia (se impõe?) gratuitamente de uns sobre outros reduzidos a simples objetos de gozo.

De outro lado, o narcisismo seria dirigido, tal como pensado por Baudrillard, privilegiadamente sobre o corpo. A necessidade de investir nele não caminha, no entanto, na direção de um cuidado, atenção ou mesmo erotização. Pelo contrário, o corpo seria um local privilegiado para o exercício da submissão ao sistema da moda. O corpo deve ser enquadrado nos ideais de beleza e saúde como forma de aquisição de prestígio social.

Freire-Costa entende que a análise de Baudrillard enriquece a proposta de Lasch, mas pensa que a ambas falta uma concepção mais precisa de narcisismo, por meio da qual outras dimensões da contemporaneidade poderiam ganhar sentido. Seguiremos agora sua proposta neste sentido.

O sentido mais preciso procurado pelo autor passa pelo resgate de uma condição particular do conceito que se dis-

tância muito do amor a si próprio e do hedonismo. Trata-se da compreensão do narcisismo como mecanismo defensivo ante situações traumáticas, em vez da evocação simples de sua dimensão infantil e constitutiva do eu.

A noção de trauma teve uma longa história no pensamento de Freud. Em suas primeiras formulações, o trauma aparecia como causa real da neurose do adulto: aquele que se tornou neurótico necessariamente teria sofrido um trauma na primeira infância, na forma de uma sedução por parte de um adulto. O nascimento da psicanálise se deu justamente quando Freud abandonou a teoria do trauma da sedução. Ele percebeu que os relatos de seus pacientes em grande medida não correspondiam a coisas vividas, mas a fantasias e, o que foi mais importante, que essas fantasias tinham eficácia real na causa dos sofrimentos e sintomas daquelas pessoas. O trabalho da psicanálise é centrado na realidade psíquica. Ao longo do tempo, no entanto, a noção de trauma foi reaparecendo em outros termos, articulada às novas teorias. A formulação recuperada por Freire-Costa é a que Freud apresentou em *Além do princípio do prazer* (1920). Dentro dessa obra, há uma extensa análise sobre as neuroses de guerra, causadas justamente por um trauma. O trauma implica uma invasão pelo ambiente, que ultrapassa as possibilidades de compreensão e controle da situação pelo eu. Essa invasão desperta excitações internas incontroláveis e angustiantes. Diante de toda essa desorganização e excesso, o eu procura, defensivamente, fechar-se com relação ao mundo externo, num recrudescimento das barreiras que o constituem.

Na dinâmica mais normal de conflitos psíquicos, predominam o princípio do prazer e os mecanismos de defesa neuróticos, que acabam por levar à repressão e aos seus subprodutos, os sintomas. Na situação traumática, no entanto, a

ferida impede o funcionamento normal do aparelho. Freud observou, pelos casos de neurose de guerra, que onde havia uma lesão real não se estabelecia uma neurose.

Nos casos do traumatismo constitutivo infantil (ou no luto, no adulto), a ruptura causa estragos, mas a subjetividade teria recursos para absorvê-los: num período de relativo fechamento com relação ao mundo externo, o eu internalizaria os objetos envolvidos e, uma vez elaborado o luto, ressurgiria o interesse e a possibilidade de contato com o mundo.

Na neurose traumática a situação seria diferente devido à natureza e intensidade dos estímulos envolvidos. A natureza envolveria uma ameaça de morte e a intensidade produziria um colapso nos limites do eu. A experiência de quem sofre um traumatismo dessa natureza gera pânico, terror, confusão etc.

Se o traumatismo infantil põe em atividade o princípio do prazer e a constituição de vias de descarga de tensão, este outro traumatismo tem as características da dor. O psiquismo ficaria fixado na urgência de “ligar o trauma” até poder (se vier a poder) descarregar toda a excitação e dar início ao processo normal de funcionamento do aparelho psíquico. Aqui surge o que será um elo essencial para o autor a fim de ligar o trauma ao narcisismo: a violência.

Violência, a nosso ver, é toda a ação traumática que induz o psiquismo ou a *desestruturar-se completamente* ou a responder ao trauma através de *mecanismos de defesa, análogos à economia da dor*. Violenta é toda circunstância de vida em que o sujeito é colocado na posição de *não poder obter prazer* ou de só buscá-lo como *defesa contra o medo da morte* (Freire-Costa 1984: 173).

Diferentemente da identificação e internalização dos objetos, como se dá no trauma infantil, neste caso não ha-

veria a possibilidade de lidar com o objeto destrutivo, de forma que o eu reage narcisicamente com a tentativa de afastá-lo, anular sua existência, evitar toda a forma de contato com aquilo que possa evocá-lo.

Assim, a chave para entender o narcisismo contemporâneo não seria a simples busca de prazer ou recuperação da onipotência narcísica infantil:

O mal-estar da cultura atual não se explica, em nossa opinião, por um “excesso qualquer de narcisismo”, ligado à economia da experiência de satisfação. [...] O narcisismo moderno é um narcisismo *regenerador*. O investimento compulsivo no corpo que presenciamos hoje é uma maneira encontrada pelo indivíduo de limitar os efeitos violentos da sociedade de consumo.

A devastação da vida privada, tão bem descrita por Lasch, excede o que ele pôde suportar. Tornando o corpo e o sexo objetos de consumo, o capitalismo moderno obrigou o indivíduo a adotar uma “estratégia de sobrevivência narcísica” que pouco tem a ver com o prazer e muito a ver com a dor. O indivíduo moderno é um indivíduo *violentado*, antes de ser *narcisista* (Idem: 169).

O corpo será o local de eclosão desta dinâmica narcísica, quer como imposição de controle e manuseio conforme modelos culturais, quer como local do adoecimento: doenças psicossomáticas, anorexia etc.

Longe (dissociadas) desta perspectiva, as promessas da sociedade de consumo são a da liberdade para se ter prazer, todos foram liberados para gozar e quem não o faz deve estar doente. Prometer prazer, naturalmente, é aliar-se aos anseios de todos. Mas há aqui uma idealização das possibilidades de obtê-lo, com o conseqüente sentimento de dívida, culpa (não ser) de cada um que, humanamente, não atinge este grau extremo e contínuo de gozo:

Ora, ninguém está à altura deste ideal, por um motivo muito simples: ele não é criado para ser alcançado e, portanto, para saciar o prazer dos indivíduos, mas para mantê-los em estado de perpétua insatisfação, que é o combustível do consumo (Idem, *ibidem*).

Padrões de beleza e saúde são produzidos na mesma escala que qualquer produto e só os modelos publicitários parecem capazes de acompanhar e corresponder a eles.

A insatisfação do homem urbano origina-se nesta nova “doença” da cultura do consumo, ou seja, na convicção de que seu corpo está sempre aquém do padrão de “normalidade” decretado pela publicidade. Donde a aparência religiosa que os exercícios de saúde e bem-estar apresentam (Idem: 181).

Concluindo, Freire-Costa nos proporciona elementos valiosos para o refinamento da idéia de cultura do narcisismo. Ele nos leva a conceber que, em termos psicanalíticos, seria mais preciso denominar esta cultura de “traumática”, mas a denominação “narcísica” mantém seu valor, desde que nos demos conta da medida de violência e defesa envolvida nela.

Outro psicanalista brasileiro contemporâneo discute a opção por denominar nossa cultura de narcísica. Luís Cláudio Figueiredo, em “Modernidade, trauma e dissociação”, reconhece o valor desta via interpretativa, mas, buscando maior precisão teórica, diz considerar que o funcionamento de uma sociedade superindividualista seria mais bem descrito como esquizóide. O narcisismo se caracterizaria por uma expansão do eu, em indiferenciação com tudo o que o cerca. A base dessa consideração concorda com a análise de Freire-Costa:

A ameaça da autodestruição da humanidade cedeu lugar a uma cultura do individualismo esquizóide na qual, en-

tre mortos e feridos, todos nos salvamos, cada um na sua e nada entre nós (Figueiredo 2003: 53).

Como uma das mais primitivas formas de lidar com a massa indiferenciada de estímulos oriundos do ambiente, a mente mobiliza mecanismos de dissociação, produzindo diferenças primárias e radicais (bom/mau, dentro/fora, eu/não-eu). O eu torna-se encapsulado e apático. Depois da ruidosa histeria no início do século XX, tínhamos hoje a silenciosa frieza e tédio irremediável produzida pela mobilização de tais mecanismos de defesa ante o traumatismo a que estamos expostos.

Embora as manifestações contemporâneas, como o consumismo, o culto ao corpo e à celebridade, tenham grande visibilidade, manifestações menos ruidosas e muito sofridas dizem respeito ao tédio, à depressão, à incapacidade de sentir ou manifestar afeto. Essas formas são frequentemente mais disfarçadas sob o aspecto de uma aparente normalidade.

3

Modos contemporâneos do consumo

Vinte anos depois, em 2004, Freire-Costa voltou a tratar do tema, em termos ainda mais complexos, em *O vestígio e a aura. Corpo e consumismo na moral do espetáculo*. A primeira observação que faço é a de que nesta reflexão mais recente sobre contemporaneidade e consumo, o termo “narcisismo” como referência desapareceu. Os trabalhos de Lasch são evocados numa nota de rodapé e, apoiado neles, Freire-Costa justifica a formulação da expressão *personalidade somática* como mais expressiva sobre o mundo contemporâneo.

No capítulo que mais nos interessa aqui, chamado “Declínio do comprador, ascensão do consumidor”, o autor

identifica como as principais preocupações da cultura contemporânea o culto ao corpo e a violência generalizada.

A tese clássica sobre a origem desses dois fenômenos é apresentada com a consideração de que ela precisa ser retificada. O crescimento exagerado da cultura capitalista dissolveu as referências da vida social e as substituiu por um regime de consumismo hedonista e narcísico. Essa seria a origem do culto ao corpo – como fascínio pela imagem e pelos ideais estéticos da moda – e da violência, por parte daqueles atingidos pelos apelos da publicidade, mas sem acesso ao consumo.

A tese que vimos em Lasch, segundo a qual o consumismo teria nascido por uma necessidade da indústria diante da necessidade de escoamento da abundância e excesso das possibilidades de produção, é retomada, agora pela análise de Hannah Arendt, em *A condição humana* (2005). Com ela, a tese parece mais elaborada que em Lash. O aumento da produtividade teria transformado o trabalho em labor. O sentido disso, em termos breves, é que a meta da produção deixou de ser produzir e passou a ser vender. Freire-Costa sintetiza assim a concepção de Arendt:

Na visão do *homo faber*, a natureza bruta deveria ser manipulada para dar origem a objetos que deixassem a marca do engenho humano no mundo [...]. A vitória do *animal laborans* ou do consumidor varreu da superfície social este mandamento prático. A utilidade deixou de ser um fim em si, ou seja, deixou de ser o valor que legitimava o esforço humano para fabricar artefatos que sobrevivessem ao artífice. No lugar, diz Arendt, surgiu uma concepção de vida na qual a utilidade se tornou serva da felicidade (Freire-Costa 2004: 134).

A quantidade de prazer e dor que se pode extrair de cada experiência passou a ser um critério primário de valor.

Reconhecendo o valor das formulações de Arendt, o autor volta a criticar, no entanto, o modelo da criação de demanda criada pela necessidade de escoamento do excesso de produção. Recorrendo uma vez mais a Baudrillard, é reafirmada a tese de que o consumo seria um modo moderno de lidar com a necessidade anterior que os homens teriam de marcar uma diferença social. O consumo aparece como forma de marcar a desigualdade social por meio da suposta igualdade de oportunidades e acesso aos bens de consumo.

Tanto em Arendt quanto em Baudrillard, a dinâmica do consumo parece condenar as pessoas a estarem continuamente insatisfeitas.

Freire-Costa avança na sua exposição de concepções relativas ao consumo justamente pela via da insatisfação, recorrendo agora ao sociólogo Collin Campbell – no livro *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno* (2001). Como o título do livro sugere, o autor está se referindo e contrapondo às teses clássicas de Weber sobre o sujeito moderno.

Campbell retroage o nascimento do consumismo em dois séculos, com relação aos autores que temos visto. Bem antes da explosão da produção em massa no início do século XX, já desde o século XVII, podemos identificar a produção e consumo de produtos que poderiam ser considerados supérfluos.⁴ Como reação à moral protestante, tão rígida e voltada para a acumulação, uma onda “sentimentalista” teria se afirmado. O homem sensível vive num estado de insatisfação que, segundo Campbell, anseia por manter. Isso explicaria a procura por objetos que se tornam obsoletos quase instantaneamente. Numa inversão do que se costuma considerar:

A insatisfação é o fim e os objetos os meios adequados a este fim. [...] o que importa, nos produtos industriais, é a sua renovabilidade. A insatisfação investe no que é descartável, porque este investimento garante a sua própria reprodução.

⁴ Conferir também Stearns (2001).

A afinidade eletiva entre sentimentalismo e consumismo consistiria no fato de o *indivíduo desejar a própria insaciabilidade emocional* (Freire-Costa 2004: 145).

A valorização aparentemente paradoxal da insatisfação teria derivado da transição de valor: em vez de buscar a satisfação, passa-se a buscar prazer. A diferença é grande. A satisfação implica o encontro ou reencontro de certo equilíbrio, na adequação daquilo que foi encontrado com aquilo que foi almejado. O prazer, por sua vez, é uma qualidade de experiência, ele é instantâneo e transitório por definição. O consumo cai como uma luva para esta 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.

De minha parte, acrescentaria que esta análise de Campbell aproxima o consumidor de sensibilidade romântica ao histérico. Ele deposita sua expectativa de felicidade no desejo por certo objeto mas, no fundo, teria certa consciência do engano desta promessa. O encontro com o objeto denunciaria o engano, daí a necessidade de postergar ao infinito a satisfação, deslocando indefinidamente os objetos vislumbrados como capazes de obturar a falta.

Para desenvolver ainda mais esta vertente da sensibilidade, Freire-Costa evoca a obra clássica de Richard Sennet: *O declínio do homem público* (1995). Sennet trabalha com a idéia de que o homem moderno foi mergulhando cada vez mais em sua intimidade, uma vez que foi perdendo as referências externas tradicionais. Essa intimidade desvinculada, no entanto, torna-se o lugar de ansiedades e incertezas. O consumo apareceria neste contexto como uma forma de expressão e projeção de seu mundo interior. Por meio dos objetos adquiridos poderia se materializar a singularidade diferenciada da pessoa.

O que atrai Freire-Costa nessa argumentação é a percepção de que o mundo interno se concretiza por meio das ações das pessoas. Assim os objetos de consumo não são “falsos” objetos ou forma de alienação de valores legítimos.

A idéia de que os impulsos, fantasias e a própria identidade pessoal não sejam substâncias puras, naturais ou inatas cuja expressão legítima seria distorcida pela cultura é própria à psicanálise. Pelo contrário, os objetos precisam ser encontrados contingentemente no ambiente do indivíduo:

A questão central do consumo não é saber se os objetos distorcem ou não a vida emocional, mas como participam na gestação, manutenção e reprodução de nossos ideais do eu (Freire-Costa 2004: 163).

Assim, a conclusão de Freire-Costa é a de que o consumo, em sua origem, não tinha necessariamente um caráter alienante ou passivo diante dos meios produtivos e de propaganda nem visava um simples prazer instantâneo e descartável que eternizasse, deliberadamente, a insatisfação. Em outros termos, o consumo nem sempre foi narcísico como acontece hoje, ele já foi uma das formas de auto-expressão do indivíduo.

Procurando compreender a origem da forma como hoje se apresenta o consumo, o autor busca mostrar que ela se baseia em alterações nos ideais de felicidade, que seria causado por profundas transformações éticas ao longo século XX, as quais, por sua vez, teriam amplas determinações não atribuíveis ao próprio consumo.

Os principais eixos dessas transformações características da cultura contemporânea do narcisismo ou do traumático poderiam ser sintetizados em torno de três termos: a natureza do trabalho; a imagem do corpo; e a crise da autoridade. De forma extremamente reduzida, eis como eles operam:

A natureza do trabalho diz respeito ao “aparecer social”, que atualmente teria como valores ser flexível, desapegado

de pessoas e lugares, assertivo, superficial no contato etc. A atitude requerida seria como a do turista.

A questão da autoridade estaria atrelada ao “aparecer moral”. A crise da tradição acaba levando a tomar o presente como única referência, deixando de lado o passado e perdendo a perspectiva de futuro. No presente, a autoridade é encarnada por aquele que tem sucesso: a celebridade do momento.

A imagem do corpo estaria, hoje, submetida à moral do espetáculo. O sucesso depende de certos atributos corporais. Ante o fascínio pelas celebridades e sem acesso a ser uma, o que resta como acessível é procurar parecer-se com elas. O *corpo-espetáculo* tomou o lugar do mundo interno; a sensação tomou o lugar do sentimento:

Na economia dos sentimentos, o bom objeto é o que resiste ao tempo e estabiliza o prazer; na das sensações, é o que excita, *hic et nunc*, os sentidos, despertando o corpo para uma nova prontidão prazerosa: drogas psicoestimulantes, medicamentos, alimentos energéticos, tônicos, hormônios, próteses orgânicas e mecânicas [...] (Idem: 168).

É nesse contexto que a violência também pode florescer. Numa expressão especialmente feliz, o autor enuncia que “onde não há totem, não há tabu” (Freire-Costa 2004: 175). Sob este regime, desgasta-se o contrato social e qualquer limite ao exercício dos impulsos sobre os outros. Trata-se de um regime de terror.

Assim, o consumo passou a assumir o sentido tão criticado por vários dos autores citados, incluindo Lasch. O consumismo não foi a causa da degradação do tecido social e da aparente volta à barbárie, tal como assistimos, mas se tornou uma via de expressão privilegiada da moral das sensações e do entretenimento.

4

Modernidade e contemporaneidade

É clássico que se oponham sociedades tradicionais e modernas. As primeiras seriam aquelas nas quais os esquemas coletivos e sociais dariam conta da experiência humana. O mito se impõe à experiência singular. As sociedades modernas são aquelas advindas do fim do Renascimento e que rompem com as tradições. Nelas, há o surgimento do sujeito moderno, alguém que se crê livre, centro do mundo, dono de um mundo interno rico e único, alguém que se vê como prestador de serviço e fonte de força de trabalho, mas com direito a uma vida privada inviolável.

Acrescentamos aqui que a contemporaneidade parece ter levado ao extremo a experiência moderna, de forma que não podemos ainda ter uma noção precisa sobre se ainda pertencemos àquele campo (como na expressão *Alta-Modernidade*) ou se rompemos com ele (como na expressão *Pós-Modernidade*), mas ainda não sabemos como denominar de forma própria tal experiência.

De toda maneira, mesmo na compreensão que privilegie a continuidade levada a extremos, determinadas formas de experiência têm se dado a nós a ponto de mecanismos de defesa extremamente primitivos do funcionamento mental serem precipitados e tornados correntes. É a isto que se refere a expressão “cultura do narcisismo”.

Em alguns trabalhos que tentam pensar a contemporaneidade parece haver o pulo de um degrau nesta história. O mundo contemporâneo (frequentemente datado de meados do século XX) é apresentado como aquele que teria rompido com a ordem *tradicional moderna*, trazido recentemente perda de referências, gerado uma angústia extrema às pessoas etc.

Por tudo o que trabalhamos até aqui, creio que se pode ver que o mundo contemporâneo não sucede uma sociedade tradicional cheia de certezas e estabilidade, muito pelo contrário. A Modernidade – do século XVII a meados do século XX, ao menos – representou a convivência com a perda das referências tradicionais (medievais). A ciência não é o mundo das certezas, mas o do melhor que pudemos conhecer até então, sempre ante a possibilidade de que novos fenômenos e experimentos nos levem a rever tudo o que considerávamos assentado. A democracia identicamente é o reino do conflito e da alternância no poder. O sujeito não predestinado é aquele a quem se apresenta o dever de estar sempre se desenvolvendo. Tudo na Modernidade é movimento e instabilidade: ela é orientada para o futuro⁵. Neste sentido, *uma cultura do narcisismo não é aquela na qual as referências sólidas acabam de se perder, mas aquela na qual a instabilidade de longa data torna-se insuportável e leva à busca de refúgios que possam parecer mais sólidos e seguros*. Como vemos com facilidade, estamos numa época de retorno de fundamentalismos e urgência em responder a necessidades primárias: saúde, emprego, segurança. Diga-se ainda que talvez mesmo as sociedades consideradas tradicionais não tenham sido assim tão estáticas, mas só adquiriram esta imagem sob nossa perspectiva.

Para apoiar essas hipóteses, tomemos brevemente a argumentação de Bauman em *Modernidade líquida* (2001). Para ele também, a Modernidade pode ser pensada como um processo de dissolução (liquefação) desde o início. No mundo contemporâneo, a aceleração e dissolução teriam chegado a seu limite natural: a instantaneidade de acesso a tudo o que se queira e a obsolescência igualmente instantânea dos objetos ou soluções encontrados.

O processo de modernização teria criado uma distância cada vez maior entre aquilo que se colocou como infra-

⁵ Conferir Santi (2003).

estrutura social – a base econômica – e o que foi relegado à subestrutura, o cenário mais imediato de nossa vida e da política. Em outros termos, enquanto as bases da sociedade parecem cada vez mais remotas e imutáveis, nossas experiências parecem cada vez mais voláteis e não estruturadas. Temos visto, no Brasil dos últimos 15 anos, presidentes eleitos democraticamente ocupando seus cargos e mandatos com políticas econômicas idênticas, a despeito de suas diferenças partidárias e pessoais.

O mundo moderno atingiu um grau de liberdade individual sem precedentes, mas ela parece vir acompanhada de um forte sentimento de impotência. Somos capazes de ser altamente críticos com relação ao mundo que nos cerca, mas essa crítica seria “desdentada”, por ser incapaz de se converter em ação que leve à transformação social.

Bauman também pensa o mundo contemporâneo como uma modificação do mundo moderno e não do tradicional. Uma das imagens que produz para diferenciar esses dois mundos é bastante esclarecedora:

Rockefeller pode ter desejado construir suas fábricas, estradas de ferro e torres de petróleo altas e volumosas e ser dono delas por um longo tempo [...], Bill Gates, no entanto, não sente remorsos quando abandona posses de que se orgulhava ontem; é a velocidade atordoante da circulação, da reciclagem, do envelhecimento, do entulho e da substituição que traz o lucro hoje – não a durabilidade e a confiabilidade do produto (Bauman 2001: 21).

Outro ponto que nos interessa na análise de Bauman é a observação de que a Modernidade era voltada ao futuro e que, hoje, a crença no futuro como fim atingível entrou em colapso. Assim, o desejo – entendido como movimento em direção a um objeto supostamente capaz de dar fim a ele, tal como define Freud – teria sido substituído contem-

poraneamente por um movimento vazio de objeto e que se revela em sua compulsividade pura.

Unindo agora a reflexão de Freire-Costa àquela sobre a Modernidade podemos nos reencontrar com a idéia de que, hoje, os comportamentos de consumo estão articulados à crise da Modernidade. Não se trata aqui simplesmente de uma dinâmica de oposição entre tradição e contemporaneidade, mas de um movimento em três tempos: tradição, Modernidade e contemporaneidade. Bauman faz uma articulação bastante interessante entre esses tempos, a dinâmica do desejo e o consumo:

A história do consumismo é a história da quebra e descarte de sucessivos obstáculos “sólidos” que limitam o vôo livre da fantasia e reduzem o “princípio do prazer” ao tamanho ditado pelo “princípio da realidade”. A “necessidade”, considerada pelos economistas do século XIX como a própria epítome da “solidez” – inflexível, permanentemente circunscrita e finita – foi descartada e substituída durante algum tempo pelo desejo, que era mais “fluido” e expansível que a necessidade por causa de suas relações menos lícitas com sonhos plásticos e volúveis sobre a autenticidade de um “eu íntimo” à espera de expressão. Agora é a vez de descartar o desejo. Ele sobreviveu a sua utilidade: tendo trazido o vício do consumidor a seu Estado presente, não pode mais ditar o ritmo (Bauman 2001: 89).

Do consumo direcionado às necessidades, passou-se ao consumo direcionado à satisfação de desejos de um sujeito moderno, rico em fantasias em seu mundo interno, e, no mundo contemporâneo, o movimento teria sido reduzido a seu elemento mínimo: a compulsividade pura, segundo o modelo dos vícios. Em vez de sujeitos em busca da satisfação de determinadas fantasias (em parte até realizáveis, ainda que não da forma exata que se es-

perava), temos a crua busca por prazer que, na qualidade de sensação, é passageiro e requer contínua alimentação. Não estamos indo a lugar algum, e isso só faz com que aceleremos a marcha esperando extrair dela algo como uma realização.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARENDDT, H. *A condição humana*. Rio de Janeiro: Forense, 2005.
- BAUDRILLARD, J. *La société de consommation*. Paris: Gallimard, 1970.
- BAUMAN, Z. *Modernidade e ambivalência*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
- . *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- CAMPBELL, C. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- FIGUEIREDO, L. C. “O caso limite e as sabotagens do prazer”, in *Elementos para a clínica contemporânea*. São Paulo: Escuta, 2003.
- . “Modernidade, trauma e dissociação”, in *Elementos para a clínica contemporânea*. São Paulo: Escuta, 2003.
- FREIRE-COSTA, J. *Violência e psicanálise*. Rio de Janeiro: Imago, 1984.
- . *O vestígio e a aura. Corpo e consumismo na moral do espetáculo*. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.
- FREUD, S. *Além do princípio do prazer*. Edição standard brasileira das obras completas de Sigmund Freud. Rio de Janeiro: Imago, 1999.
- . *O mal-estar na civilização*. Edição standard brasileira das obras completas de Sigmund Freud. Rio de Janeiro: Imago, 1999.
- KHEL, M. R. e BUCCI, E. *Videologias*. São Paulo: Boitempo, 2004.
- LASCH, C. *A cultura do narcisismo*. Rio de Janeiro: Imago, 1983.
- SANTI, P. L. R. *A crítica ao eu na Modernidade. Em Montaigne e Freud*. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2003.
- SENNET, R. *O declínio do homem público*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

STEARNS, P. *Consumerism in world history*. Nova York: Routledge, 2001.

WEBER, M. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Pioneira, 1996.