

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
BACHARELADO INTERDISCIPLINAR EM CIÊNCIAS HUMANAS

Vinícius Farage Silva

**CONSUMO E ALIENAÇÃO NA PÓS-MODERNIDADE: REFLEXOS NA SUBJETIVIDADE
HUMANA**

Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel (Trabalho de Conclusão de Curso). Orientador: Prof. Dr. Luiz Antonio da Silva Peixoto.

Juiz de Fora
2018

**DECLARAÇÃO DE AUTORIA PRÓPRIA E
AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO**

Eu, **Vinicius Farage Silva**, acadêmico do Curso de Graduação Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, regularmente matriculado sob o número 201672510A, declaro que sou autor do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado **CONSUMO E ALIENAÇÃO NA PÓS-MODERNIDADE: REFLEXOS NA SUBJETIVIDADE HUMANA**, desenvolvido durante o período de 06/08/2018 a 22/11/2018, sob a orientação de Luiz Antonio da Silva Peixoto, ora entregue à UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA (UFJF) como requisito parcial a obtenção do grau de Bacharel, e que o mesmo foi por mim elaborado e integralmente redigido, não tendo sido copiado ou extraído, seja parcial ou integralmente, de forma ilícita de nenhuma fonte além daquelas públicas consultadas e corretamente referenciadas ao longo do trabalho ou daquelas cujos dados resultaram de investigações empíricas por mim realizadas para fins de produção deste trabalho.

Assim, firmo a presente declaração, demonstrando minha plena consciência dos seus efeitos civis, penais e administrativos, e assumindo total responsabilidade caso se configure o crime de plágio ou violação aos direitos autorais.

Desta forma, na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Juiz de Fora a publicar, durante tempo indeterminado, o texto integral da obra acima citada, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação do curso de Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas e ou da produção científica brasileira, a partir desta data.

Por ser verdade, firmo a presente.

Juiz de Fora, ____ de _____ de _____.

Vinicius Farage Silva

Marcar abaixo, caso se aplique:

Solicito aguardar o período de () 1 ano, ou () 6 meses, a partir da data da entrega deste TCC, antes de publicar este TCC.

CONSUMO E ALIENAÇÃO NA PÓS-MODERNIDADE: REFLEXOS NA SUBJETIVIDADE HUMANA

Vinicius Farage Silva¹

RESUMO

O presente artigo visa relacionar as práticas de consumo acompanhadas por uma lógica de sistema que se propagou com base nas políticas de Estado. A partir de uma abordagem da psicanálise e estudos da Escola de Frankfurt, este é uma tentativa de compreender o atual momento denominado por pós-modernidade, que culmina na alienação dos indivíduos frente a natureza humana, resultando nas práticas de consumo concernentes. Os efeitos de uma fase que inicia nas décadas de 50 e 60 são o confronto com a modernidade que visa a ruptura, enquanto que as descontinuidades e a perda da história transformam-se em características propícias para o triunfo da indústria cultural que se expande cada vez mais com técnicas sofisticadas que provocam o aumento e substituição do consumo em consumismo na era tecnológica atual. Portanto, as alterações na cultura fizeram indivíduos perderem a subjetividade da natureza intrínseca para serem autocentrados no cotidiano e descentrados nas compras. A busca por qualificar e interpretar o momento está embasado em interpretações da psicanálise que fornecem o material para organizar uma busca de compreensão da constituição psíquica de um ser no período pós-moderno.

Palavras-chave: Estado, pós-modernidade, indústria cultural, consumo.

1- INTRODUÇÃO

A possibilidade de consumo crescente faz-nos pensar como poderia estar atrelada a política. A racionalidade tecnológica e as formas de vida que foram compostas na sociedade industrial são um reflexo direto do Estado de Bem-estar Social em que tudo é administrado. O desenvolvimento da produtividade mercadológica desencadeou o aumento expressivo da produção em massa e facilitou a ascensão do controle do Estado sobre os cidadãos. As técnicas usadas para administração do tempo livre e a restrição do realizar da autodeterminação dos indivíduos foram antes conjunturas de funções de alienação propagadas pelas propagandas, relações públicas, doutrinação e obsolescência planejada na produção de supérfluos. Nesse ínterim, esta crescente disposição de bens e serviços advindos de uma ordem que persiste em fornecer os excessos criam o consumo desenfreado que desemboca na perda da liberdade humana em se contentar com a vida confortável e “boa” oferecida pelo sistema, de forma que administra as subjetividades pela segurança e facilidades dispostas (MARCUSE, 1964). O pluralismo em voga esconde o mais forte impacto de uma sociedade: a dominação na sociedade unidimensional. Marcuse (1964), em seus escritos, aponta que não é contra a democracia dos bens à população. O que adverte é a dominação imposta quando permite que esses setores sejam a administração na vida das pessoas através de produtos e serviços incorporados na cultura de modo de que extraem a essência do sentido das produções de obras, escrituras e os produtos no valor de uso. Estes possuiriam o poder de negação aos modos de vida de forma a transcender a realidade a um ponto que levem à crítica. Assim sendo, quando o capitalismo é confrontado pelo comunismo, é deparado pelo desenvolvimento das forças produtivas e a subordinação nos interesses privados. E quando ocorre o comunismo deparado com o capitalismo ele parte para os “confortos e concessões espetaculares e alívio do fardo da vida” (MARCUSE, 1964, p. 83). O conflito de classes modificará pela mistificação da indústria e do poder nas massas sofredoras (MARCUSE, 1964).

O direcionamento dos indivíduos ao imperativo da repetição do mesmo, dentro de todo um sistema integrado, é um dos temas abordados pela Escola de Frankfurt nas pesquisas realizadas de um processo dinâmico de produção de consumo de massa cedido de cima para baixo, sendo programados e refletidos para manipulação de uma sociedade que inicia-se na compra dos produtos que, com eles, acarretam todo um padrão

¹ Graduando em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF. E-mail: vinicius_farage@hotmail.com. Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel. Orientador: Prof. Dr. Luiz Antonio da Silva Peixoto.

estético e incorporação de uma forma de viver. Dessa forma, trata-se: o consumo instaura uma nova forma de condutas e reorganização na subjetividade dos sujeitos na pós-modernidade?

2- CONTEXTO HISTÓRICO DO CONSUMO

O pensamento sobre consumo está situado, segundo Taschner (2000), dentre toda posse ou disposição de bens ou serviços, podendo ser localizados na cultura de consumo como “imagens, símbolos, valores e atitudes que se desenvolveram com a Modernidade” sendo estes orientadores da lógica Ocidental (TASCHNER, 2000, p 39).

Para Taschner (2000), em um primeiro instante, a riqueza era conferida a partir da bravura, troféus e botins. No entanto, a reputação dos indivíduos na base da sociedade foi modificada com o advento da atividade industrial pela propriedade acumulada traçando agora um novo perfil e transformou-se em ser necessário adquirir um padrão de riqueza para serem bem vistos à comunidade, como cita Veblen (1934). O fim do século XVII foi marcado pela centralização no poder do rei no Absolutismo. Na França, com o monarca Luis XIV, todo um estilo de vida adotado por ele significava as obrigações da aristocracia para estar na Corte Real. Desenvolve-se, a partir de então, um conjunto de normas, regras de etiqueta, contenção dos impulsos, desejos, agressividade e práticas de higiene na época para determinada classe, que foram essencialmente seguidas por um modelo estabelecido (apud ELIAS, 1994 apud TASCHNER, 2000). Nesse sentido, para pertencer à Corte, era necessário seguir um alto padrão de consumo conferido nesse momento como consumo de prestígio (TASCHNER, 2000).

Na Inglaterra as influências do consumo pelo prestígio conduziram a um padrão baseado na pátina (oxidação de metais e madeiras), o que mais tarde deu lugar à moda. Essas práticas foram disseminando-se em diversos pontos, como na burguesia, que incorporou esse modelo a seguir. Para adentrar-se aos traços sociais podem ser citados exemplos como da construção do Palácio de Queluz em Portugal, por ser uma réplica do Palácio de Versailles (BUSHMAN, 1993; CARSON, HOFFMAN e ALBERT, 1994 apud TASCHNER, 2000). O Palácio construído a pedido de Louis XIII teve como característica na arquitetura, o Barroco, pelas extravagâncias do estilo nas coberturas douradas, arabesques em estuque e abóbodas pintadas. Outro exemplo a ser citado é o caso do Palácio de Herrenchiemsee construído a pedido do rei da Baviera Ludwig II pela admiração a Luis XIV, que não só pretendia copiar, mas superar o Palácio de Versailles.

A partir do século XIX difundiu-se um novo padrão de consumo dispersado nos segmentos sociais. As modificações nas estruturas urbanas possibilitaram maior facilidade na circulação de mercadorias e exposições, tendo ascensão as lojas de departamento inovando o consumo como prazer no processo da “compra, real ou imaginária” (TASCHNER, 2000, p.43). As vitrines, etiquetas de preços nos produtos e os displays mobilizaram o evento da consumação aos consumidores que foram acostumados a uma nova realidade de vida. O ir a compras se torna uma nova fonte de desejos da sociedade (TASCHNER, 2000).

Perante as novas formas de interação social estão os sites de rede social que possuem uma grande velocidade na era das informações que reduz o espaço-tempo, promovendo o acesso e a criação da necessidade real dos indivíduos para poderem possuir esse meio de comunicação. Diante disso, cresce vertiginosamente a generalização da vontade em também estar integrado à rede de comunicação, onde se faz presente o intercâmbio de informações pessoais, instituindo a quem está envolvido nos meios a facilidade em compartilhar dados pessoais da vida íntima. Pesquisas apontam que 61% dos jovens britânicos entre 13 e 17 anos têm um perfil nas redes. Nessas relações interpessoais pela internet, os que estão fora dessas interações são tidos como excluídos, instalando a “morte social” dos seres. As redes mostram para as companhias quais consumidores são tidos como lucrativos e dando prioridade ao atendimento de determinadas pessoas para o conteúdo financeiro que possuem. Retiram-se de alguma forma pelas empresas os clientes que não são seduzidos aos enfiados do marketing. As escolhas obtidas por cada um vinculado aos jogos midiáticos caracterizam a particularidade de se tornarem a própria mercadoria vendida, sendo a modelagem de demanda de fregueses.

Para que fosse realizável o planejamento de compra e venda de mercadorias e investimentos em tecnologia, houve no início do século XX colaborações por parte do Estado para todo o funcionamento do sistema. Com a chegada do “Estado de Bem-estar social” promovido, trabalhadores acostumados ao trabalho com rígidas imposições disciplinares implementaram o consumo como potenciais em consumo (BAUMAN, 2007). Esse processo se denominou como comodificação do trabalho e causou grandes custos e *déficits* na competitividade globalizada do mercado. Nesse sentido, passa-se a observar um processo que encorajasse setores capitalistas de compra de mão-de-obra (setor de serviços) para investimento, necessitando da

intervenção do Estado na economia, para que as empresas pudessem ser competitivas e empregadores, e adquirissem a mão-de-obra a custos baixos. Nesse momento, instala-se a recomodificação do trabalho em desregulamentação e privatizações com consequentes aumentos no desemprego, mas que garantiram ao capital apropriar-se de forma flexível e sem custos danosos para os meios de produção (BAUMAN, 2007). Além disso, pelas forças do Estado, o setor de tecnologia possibilitou o desenvolvimento de recursos de inovação e mudança nas disposições no mercado para compra por empresas como a Apple, que ampliou o desenvolvimento de aparelhos como iPhone, iPod e iPad a partir de investimentos públicos. Fundada em 1976 para vender o Apple I, recebia investimentos feitos pelo Estado dos anos de 1960 e 1970 que propiciaram o crescimento da empresa com exponencial aumento do valor de mercado. Os recursos disponibilizados foram muito importantes para que conseguisse ser a pioneira na produção de *smartphones*, o SIRI (programa de inteligência artificial), a tela de cristal líquido (LCD), bateria de lítio e memória RAM (MAZZUCATO, 2013).

No panorama apresentado, a interação entre sujeitos consumidores e objetos consumidos, vai da contemplação contida na relação sujeito-objeto para a prática de uma atividade que apropria, movimenta, usa e descarta o consumo adquirido. O sociólogo Zygmunt Bauman (2007) diferencia em duas etapas a história das relações de classe: a primeira é tida como a sociedade dos produtores e a segunda à sociedade dos consumidores. A diferença entre as etapas está na constituição de uma nova sociedade que transforma o próprio ser em mercadoria. Esse aspecto é evidente no fetichismo da mercadoria da sociedade dos produtores, em que eram produzidas mercadorias pela força de trabalho humana, ocultadas em um sentido de autonomia da própria produção do objeto. O fetichismo da subjetividade que oculta o *self* em uma construção que se dá pelas escolhas afirmadas pelo sujeito que descreverá a interiorização ideal em uma fonte de objetos materiais, é o estigma da sociedade de consumidores. Nessa perspectiva, os indivíduos passam a ter autonomias facilitadas no consumo de algo, que facilitarão situações que estariam pautadas em relações pessoais por escolhas pela internet para encontros assumidos pelo meio virtual, tornando assim, uma nova forma modelada que minimiza os riscos e produz a desabilitação social, formada por fortes dependências nas relações íntimas (BAUMAN, 2007). As propensões psicológicas e sociais, a busca por uma identidade, segurança, o individualismo e todas as práticas de realização pessoal, levaram a um novo estilo de vida (HARVEY, 2000). Dessa maneira, David Harvey (2000) comenta sobre a mudança do capitalismo frente a instituições de controle e corporações que tiveram grande força em moldar as transações de mercado e administrar a trajetória. Assim, afirma Harvey (2000, p.113):

Basta considerar todo o complexo de forças implicadas na proliferação da produção, da propriedade e do uso em massa do automóvel para reconhecer a vasta gama de significados sociais, psicológicos, políticos, bem como mais propriamente econômicos, que estão associados a um dos principais setores de crescimento do capitalismo do século XX (HARVEY, 2000, p.113).

No prosseguimento de uma lógica instituída de consumo pode ser marcada a etapa pós Segunda Guerra Mundial entre 1945-1973 de um modelo fordista-keynesiano com práticas de consumo relacionadas à tecnologia, controle de trabalho e hábitos de consumo peculiares e uma mudança drástica nos anos de 1973 pelo advento de uma forma regida no capitalismo pelo sistema flexível, fluido e de incerteza, além de mudanças práticas no mercado de consumo. No período citado, houve, dentro do sistema no mercado de trabalho, setores que eram considerados como empregos privilegiados assumidos por uma determinada classe de gênero, raça e etnia. Nesse contexto, o aumento das expectativas por meio do consumo de massa e a criação de necessidades em uma nova sociedade de consumo, foram cruciais ao irromper de movimentos sociais que reivindicassem melhores condições de trabalho. Na época, quem possuísse salários mais avantajados, poderia ter acesso ao consumo de massa. Dessa maneira, difunde nos Estados Unidos, lutas por direitos civis das camadas da sociedade marginalizada, como mulheres e desprivilegiados, sendo presente o remediar da situação pelo Estado nas políticas redistributivas ou ações legais para aliviar as desigualdades, o que só era possível, com a aceleração da produtividade para ser fiscalmente aplicado.

Frente à qualidade do consumo de massa padronizado, da aridez suburbana e dos serviços, culminaram as insatisfações culturais na década de 60. O momento pós-guerra trouxe, então, uma certa condição de trabalho sindicalizado e o incorporar de benefícios da produção e do consumo de massa (HARVEY, 2000). O padrão de consumo das massas cresceu juntamente com os lucros corporativos. Somente na crise de 1973 houve um processo de transição no regime de acumulação. No entanto, essas novas características ainda são alvos de debates a respeito e instalou-se um novo regime de acumulação na virada do pós-modernismo em uma

nova regulamentação (HARVEY, 2000). A transição do fordismo para a flexibilidade do capital culminou no “novo, o fugidio, efêmero, o fugaz e o contingente da vida moderna” em oposição aos valores sólidos do fordismo (HARVEY, 2000, p.161). A ação coletiva se tornou dificultada e o individualismo aumentado, na formação de novos negócios e sistemas de produção implantados. As incertezas e a acumulação do capital tiveram no controle das crises a válvula de escape na flexibilidade na produção, nos mercados de trabalho e no consumo utilizado nas soluções financeiras (HARVEY, 2000).

Com as mudanças no controle, inicialmente do Estado, no fazer o capital se reproduzir junto com o controle das massas para a prevalência de formas de produção que mantivessem a autonomia sem as rígidas imposições estabelecidas pela sindicalização, as formas de vida foram alteradas, acompanhadas da flexibilização de todo encaminhar nas desvalorizações dos empregos, privatizações, subcontratações e atividades autônomas, assinaladas por David Harvey (2000). Logo em seguida, houve impactos no consumo devido ao desenvolvimento das estratégias de marketing e da curta expectativa de vida dos produtos. A desvalorização da durabilidade é uma marca presente da sociedade de consumidores que se sofisticam em design e campanhas publicitárias, impulsionando a rentabilidade empresarial. As fontes não “duráveis” tornaram fontes de prazer e orgulho e livrar-se desses materiais e sempre renovar, é o que condiciona a felicidade. Segundo Bauman (2007) gera-se assim, outro problema pelo aumento crescente de lixo em trânsito, como no Reino Unido, que ultrapassará 1,5 milhões de toneladas. O consumismo reflete em um arranjo social que recicla a vontade, os desejos e os anseios para o almejar de maneira alienada e reificada num movimento de manipulação de escolhas. Além disso, a consumação se caracteriza de forma hedonista e ilimitada que não abrange as necessidades básicas de existência (BAUMAN, 2007).

3- DESENVOLVIMENTO DA LÓGICA CAPITALISTA

O processo civilizatório para Sigmund Freud correspondeu à repressão de instintos humanos básicos para a constituição da convivência humana. O princípio de realidade tornou a transformação em pulsões que estabelecem e subordinam o indivíduo em prol de uma comunidade. Nesse campo, as necessidades individuais foram abdicadas e outras foram criadas para que fossem mantidos os vínculos sociais. As condutas humanas tiveram que ser padronizadas e seguidas rigidamente para manutenção de uma ordem vigente. A exigência firmada formou seres que sacrificassem interesses individuais por interesses compartilhados, de maneira que eram consideradas como onerosas e custosas para manipulação pelo poder dos comportamentos. No entanto, com o aparecimento de uma nova lógica, os indivíduos, agora tornados autônomos pelo enfraquecimento dos laços sociais anteriores, ocasionaram uma recente determinação situada na liberdade de escolha individual, aferida à escolha da auto identidade e assim, assumem um controle social na dominação e manipulação das probabilidades dos comportamentos necessários à manutenção da sociedade. A forma encontrada no lugar do antigo embate de forças repressoras potentes, entre princípio de prazer e princípio de realidade e a negação da autonomia individual, foi substituída pelos eventos, festivais e carnavais, que não fazem com que seja um estorvo a submissão da totalidade, mas uma busca incessante por momentos prazerosos que fogem à lógica cotidiana e torna atos proibidos e vergonhosos, como cita Mikhail Bakhtin, por aceitos, praticados e exibidos (BAUMAN, 2007).

Para Soliva (2015), os autores Adorno e Horkheimer em *Dialética do Esclarecimento* explicitam uma história não contada pela humanidade. A composição do que foi ocultado está naquilo que o ser humano tem de mais natural próximo a si, que são os impulsos humanos. Estes impulsos estiveram por um longo tempo mascarados e ainda hoje continuam por formas diversas. Para evidenciar como isso aconteceu recorre-se aqui à etimologia da palavra “trabalho”, variação da palavra latina *tripalium*, instrumento utilizado para tortura. Nos textos bíblicos do Velho Testamento, o trabalho era amaldiçoado, sendo seu sentido alterado a partir do implementar do cristianismo, que exalta a alma e trata com aidez o corpo (SOLIVA, 2015).

O ser humano, desde Platão e Aristóteles, foi dividido em duas dimensões. Para o filósofo de Atenas haveria dois mundos viventes caracterizados pelo mundo sensível e o mundo das ideias. Além desses elementos da natureza humana, classificou a alma dos indivíduos em ouro, prata e bronze, correlacionado a posição de ofício de cada um: aos governantes foram dados a alma de ouro; aos auxiliares, a alma de prata e aos artífices, lavradores, o bronze. De acordo com Kangussu (2008), mais tarde, o discípulo deste, Aristóteles, em *Ética a Nicômaco*, visualiza a diferença entre superior e inferior, entre intelecto e o trabalho, entre aqueles que nasceriam de modo a se tornarem felizes, os quais desfrutavam dos valores universais do belo, bom e verdadeiro. Desta maneira, Herbert Marcuse observa criticamente que uns são essencialmente escravos e outros livres, a divisão propiciou aos que estariam fora do trabalho das necessidades físicas o desfrutar do belo

e do bom e assim, a Felicidade foi afastada do trabalho. (KANGUSSU, 2008). O tempo para se dedicarem ao cultivo da alma e a ocupação do trabalho intelectual esteve em prol da submissão dos que se dedicavam forçosamente na exploração da força física. Somente foi possível essa reprodução na estrutura social mediante o ódio pelo corpo e o amor pela salvação da alma.

Perante ao contexto deflagrado, a dominação ocorreu na redução da realidade ao uso da racionalização que desencantou o mundo, e a afirmação na cultura da lógica de uns usufruírem do cultivo do espírito, e outros no trabalho fastidioso (SOLIVA, 2015). A racionalização no trabalho foi acompanhada pelas propagandas maciças em exaltação de um corpo saudável e belo, o contrário da realidade que aniquila todas as formas impulsivas do corpo que recalca o desejo. O corpo foi visto como peça para produção, coisa desvinculada do espírito, algo maltratado para que se invista na lógica de produção, identificado como objeto, daí a reificação do ser humano (ADORNO; HORNKHEIMER, 1985). Nas propagandas e programas de TV, para os intelectuais da Escola de Frankfurt, não passariam de artifícios para o consumo. Nesse momento, a alienação está profundamente presente. Os indivíduos se apartam daquilo que lhes é essencial desvinculam-se da subjetividade que possuem para tornarem-se autômatos dos processos de produção e replicação capitalista. Assim, como destacado por Kangussu (2008), a fase do capitalismo monopolista 1910-1950 denominado de sociedade de consumo e do capitalismo de organização, transforma-se no ponto de ideologização das formas culturais que antes apartadas da sociedade tinham o caráter de negação e recusa do sistema. No entanto, ao passar a integrar-se à mercantilização e geração de lucro, a sociedade incorpora no simbólico e no econômico, que o reino do simbólico penetrado por esta característica do capitalismo arregimenta o corpo libidinal ao lucro. A constituição da sociedade unidimensional, por absorver as formas de negação, neutraliza os antagonismos e incapacita a distinção de Verdadeiro do falso (KANGUSSU, 2008).

Esses processos desembocaram no surgimento da indústria cultural pós Segunda Guerra Mundial, que incrementaram as mercadorias na produtividade mercantil com a adição do consumo das massas (TASCHNER, 2000). Dessa forma, o fortalecimento dessa lógica disseminou na urbanização de pequenos apartamentos higiênicos que tentam mostrar o indivíduo como independente, submetendo-o ao financeiro (ADORNO; HORKHEIMER, 1985). O cinema e o rádio deixam de ser arte e tornam-se negócios, legitimando as produções pela ideologia que utilizam a reprodução dos conteúdos e as padronizações dispostas, que são calcadas nas necessidades dos consumidores. Os produtos passam a imagem de diferenciados, mas no entanto, transparecem a mesma coisa. Até mesmo o que poderia escapar ao controle da indústria é administrado: a consciência individual (ADORNO; HORKHEIMER, 1985).

As lógicas de entretenimento disseminam através dessa esfera a promoção de certos artistas, produtos e programas que exigem a aderência do público ao que é proposto. Para Doria (1969), Adorno e Horkheimer nesse assunto, explicitam a realização de um ideal do público, e as massas projetam de maneira fantasiosa no que a maioria segue. Nesse quesito que se apresenta os desejos da massa estão o recorde de vendas, a estrela do cinema, o cantor popular, os romances, best-seller, a figura do músico, o produto anunciado como mais vendidos. Ou seja, todos os setores de maior destaque são captados pelas massas e tiram dos indivíduos as particularidades comuns a eles para que, dentro do ideal em voga, façam parte do generalizante. Há nessa relação, uma sublimação do reprimido, dando condições da aglutinação do particular ao universal da cultura de massas, a alienação e o surgimento do ouviu falar, ou seja, aquilo que é passado sem fundamentos e reproduzido acriticamente. Com isso, observa-se a transferência da alienação do valor de uso para o valor de troca, segundo Marx, por não vivenciar a experimentação daquilo que utiliza, mas em passar por valores de troca a chamada pseudocultura (DORIA, 1969).

Os processos de despertar do poder humano têm o princípio nas relações de dominação pelo esclarecimento adquirido da natureza. No entanto, o efeito e o preço a pagar proveniente desse comportamento se estabelece concomitantemente ao aumento do poder à alienação imanente. Nessa perspectiva, compara-se a magia a mimese da natureza pela finalidade intrínseca ao comportamento científico que nele há o distanciamento em relação ao objeto, no qual as práticas do curandeiro são substituídas pela técnica industrial, tornado os pensamentos em autônomos em relação ao objeto (ADORNO; HORKHEIMER, 1985).

Por meio da alienação da consciência das repressões que a sociedade promove e da satisfação instintiva que submete à sublimação em razão das liberdades concedidas, resultam a consciência feliz que aceita as imposições colocadas sem indagação (MARCUSE, 1964). As séries e filmes são produzidos com enredos quase que idênticos. As experiências dos cinemas conduzem os espectadores a traçarem contiguidades para a vivência diária facilitando esse acontecer pelo desenvolvimento da técnica. Os produtos exigem qualidades como atenção, conhecimentos específicos, sagacidade, mas interceptam a atividade produtiva de raciocínio, bloqueando a imaginação de quem o assiste. A indústria cultural levará o prazer a ser constantemente protelado,

o desejo real a um adiar sem realização no cotidiano repressivo. As obras de arte terão o papel de sublimação estética no promover a satisfação enquanto a cultura de massas excita o prazer que a renúncia revigorada tornou-os a delimitar-se ao masoquismo (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p.).

As renúncias sofridas pelos espectadores no trabalho e nas formas de felicidade possível traduzem a força dos mecanismos utilizados para os acontecimentos na indústria cultural. Essas características se difundiram ao público através da publicidade e as estratégias de sedução do consumidor pelo marketing que começaram a crescer nos EUA (TASCHNER, 2000). Para Adorno e Horkheimer essencial foi analisar os mitos como origem da racionalização do mundo a conceitos míticos que explicam a exploração presente (DORIA, 1968). O sacrifício e a magia foram veementemente analisados pelos autores. Segundo eles, o sacrifício de animais pode ser comparado à perda da individualidade na particularidade perdida transfigurada em um ser genérico ausente de sua individualidade. Essa descrição, segundo Doria (1968), será feita por Marx no estudo sobre o dinheiro que na origem representada pelo ouro existia o valor de uso, quando passou ao valor de troca, equivalente às mercadorias, perde-se a essência pela generalização básica. A magia apresentará o poder da dominação perante os deuses com forças racionalizadas explorando o fantástico e irracional que opera milagres. Nesse contexto que irá dividir a arte da ciência, o poder de racionalizar, prever e ordenar o mundo nos objetivos, faz com que a precisão e o rigor dos cientistas operem em favor ao que o sistema deseja pela preponderância que adquirirá, sendo assim, semelhante aos poderes mágicos (DORIA, 1968).

A descrição feita por Bauman (2007) sobre os enxames, retoma Durkheim sobre a solidariedade mecânica referentes à “soma das partes”. Nos ditos enxames, observa-se uma massa agregada que segue ritmos e fluxos pré-determinados que estão próximas apenas fisicamente, mas não apresentam complementariedades nem mesmo cooperação. Esses movimentos são alcançados com mais veemência nos momentos que a segurança e autoconfiança esvaem, favorecendo o movimento coordenado. O princípio ativo será a participação no consumo em formas como *fast foods*, que propagam maneiras mais solitárias e rápidas na perda simbólica dos vínculos de consumo compartilhado. A nova lógica comercial propulsiona os consumidores a participarem de maneira ativa aos oferecimentos dados pelo mercado e estimulam a absorção dos produtos para o crescimento do PIB em incentivos a gastos com cartões de crédito e talões de cheque (BAUMAN, 2007).

4- DA MODERNIDADE À PÓS-MODERNIDADE

Diante do termo pós-moderno denota-se a indagação se seria uma nova fase de rupturas com a modernidade ou uma continuidade na passagem para uma sociedade que sente uma reformulação na cultura e no indivíduo no momento em que oposições e supremacias se desaparecem. Segundo Lipovetsky (2005), a cultura instalada de 1880 a 1930 se baseia na renovação, na ruptura, na aversão à tradição, aos padrões formais e rompe com as fronteiras impostas anteriormente com a demanda de sempre inovar. Dessa maneira, ao passar de uma extrema produção desse processo, a cultura não mais inventa o novo, mas a repetição de estereótipos, do idêntico. A pós-modernidade virá como negação da estabilidade da ordem (LIPOVETSKY, 2005).

O tratamento do termo pós-modernidade é nebuloso em relação à sua definição se realmente trata-se de um *modo operandis* de vida diverso na ruptura com um passado. Desse modo, Steve Connor (1989) escreve que Hassan enxerga o pós-modernismo como oposto do modernismo. O quadro feito pelo autor descreve as principais diferenças como: simbolismo, forma, propósito, projeto, hierarquia, distância, presença, centrado, metáfora, significado, paranoia e sintoma podem ser considerados elementos do modernismo, enquanto que a pós-modernidade apresenta o dadaísmo, espontaneidade, anarquia, exaustão/silêncio, participação, ausência, metonímia, significante, esquizofrenia e desejo.

Frederic Jameson apud Connor (1993) em “Pós-modernidade e sociedade de consumo” ressalta a cultura do pastiche em contradição com a estética expressiva e a personalidade unificada para uma característica, segundo ele citando Lacan, uma personalidade esquizoide que tem um sentido de eterno presente sobre tudo. Nisso se destacam as perspectivas de vida cada vez mais pautadas no momento, em sensações que sejam imediatas e figurativas pela aparência das imagens que a sociedade coloca. O autor Zygmunt Bauman (2007) em “Vida para consumo” escreve a respeito da perda de atender aos “fatos sociais” duros e resistentes dos tempos de Émile Durkheim enquanto compete com os irresistíveis princípios de prazer indomáveis.

A modernidade vai configurar-se como ruptura de uma tradição clássica em direcionamentos, padrões, determinismos sociais e estilos de vida arraigados com as classes sociais. O mundo intelectualiza-se, racionaliza as formas de viver. No entanto, não significa ter o conhecimento amplo da vida, mas sim que todas as coisas

podem estar sujeitas a um cálculo: desencantamento do mundo. Finaliza o período de que o selvagem tinha as respostas do mundo de forma mágica, sagrada e que no momento o sagrado vira profano e os objetos são sujeitos à técnica e ao cálculo (WEBER, 1919, p.13).

Na arte e na literatura modernas os artistas irão criticar os reflexos de uma sociedade rígida para uma nova forma de vida em uma arte tida como crítica que surgirão as formas dos famosos “ismos”: surrealismo, dadaísmos, realismo, expressionismo, impressionismo. Além disso, somente com a chegada da modernidade a arte pode se tornar autônoma, percorrendo um caminho contraditório. Ela se dissocia do cognitivo, do ético e do político ao entrar no modo capitalista de produção, pois libera-se da arregimentação no interior da igreja, do Estado ou tribunal, possuindo neste instante, a liberdade anônima no mercado (EAGLETON, 1993, p 265). A arte moderna surgirá no momento que a estética tradicional perde a ascensão e indaga sobre sua própria constituição. Rejeitará, então, a estética. A crítica silenciosa sem impacto sobre o real é um dos pontos críticos apontados por Eagleton (1993) pela negatividade do movimento. Dissocia-se das próprias possibilidades e repara como a arte sobre si mesma é uma força que pretende quebrar o já dado. Nesse ponto então, o autor assinala que a sublimação da arte provocará a libertação da energia para transformação política.

Assim sendo, pode-se mencionar dois pontos: um negativo e o outro positivo. Segundo Eagleton (1993, p. 268), o primeiro está nas características de “choque, ultraje, bigodes na Monalisa. Mostra-se nesses campos a inviabilidade de alguma aproximação com a política. O ponto positivo mostra o quão absorvido está na incorporação do sistema, como quadros nos bancos, e assim evidencia ou que a arte não foi suficiente revolucionário ou o movimento foi derrotado. A vanguarda positiva entende que a integração está associada ao movimento político de massas em que, quem está vencendo, comanda as regras. Com a chegada das repressões do stalinismo e do fascismo, o modernismo é institucionalizado e não se contrapõe mais a cultura à sociedade civil. Com o início do capitalismo de consumo há a estetização da cultura. O econômico penetra no simbólico. Desse modo, Eagleton (1993) afirma:

O pós-modernismo representa a última emergência iconoclasta da vanguarda, com sua demótica subversão da hierarquia, sua subversão auto-reflexiva do fechamento ideológico, seu ataque populista ao intelectualismo e ao elitismo. Se isso soa um pouco eufórico demais, pode-se passar a palavra ao procurador, que chamará nossa atenção para o seu anti-historicismo consumista, hedonista e filisteu; seu completo abandono da crítica e do engajamento; sua anulação cínica da verdade, do significado e da subjetividade; seu tecnologismo vazio e reificado (EAGLETON, 1993, p 269).

O pós-modernismo data em meados da década de 50 e 60 marcado pelo fim da arte, ideologia, ou das classes sociais, o movimento busca uma ruptura com o modernismo, que é agora traduzido por uma enumeração caótica e heterogênea. Há o apagamento na fronteira entre alta cultura e a cultura de massa, os conteúdos são apropriados pela indústria cultural e cria-se uma massa homogênea. Com a inovação tecnológica se formará relação com a estrutura “esquizofrênica” dos novos tipos de sintaxe e sintomas da cultura que se constitui pela perda da história e dos elementos constituídos pela falta de profundidade e a preponderância da imagem e do simulacro (JAMESON, 1996). A realidade social reificada transfigura discursos valorativos com raízes na afetividade ou metafísica e não podem mais ser pautados em investigações racionais e argumentação, legitimando os desejos sem discriminar se obstaculiza os desejos do outro (EAGLETON, 1993).

Dessa maneira, Connor (1989), refere que Jean Baudrillard verifica que os signos na época atual não são mais verificáveis na realidade básica, constituindo de um significado vazio de sentido, as formas de representação se tornaram meras simulação. Dividiu-se em quatro instantes significativos na história dos signos, sendo dois deles: em um primeiro instante estavam caracterizados pelo dizer sobre a realidade básica, observados na linguagem científica e o quarto estágio que ele enumera está contido na significação dos signos nenhuma relação com a realidade, ele é o seu próprio simulacro. O último momento descrito por Baudrillard apud Connor (1989) pode ser visto nos meios de comunicação de massa o surgimento da possibilidade de uma realidade com signos vazios e a neutralização das contradições. Os efeitos disso são a dissolução do real e a criação de uma transformação compensatória da realidade num exagero da experiência vivida e do verdadeiro (CONNOR, 1989). Esses ditames se distribuem no aspecto político através da simulação. Nesse sentido, os opostos se anulam formando um em outro o que acontece na implosão da causalidade em que nos dizeres de Baudrillard apud Connor (1989), o negativo e positivo se interagem sem dissertar o ativo do passivo. Toda atitude tomada não produz o efeito no sistema de rupturas, dando semelhanças até a antagonismos políticos como socialismo e capitalismo. A descentralização do poder se difundiu de tal forma uniformizada que o próprio

poder foi neutralizado, sendo no momento, impossível criticá-lo, visto que também incorporou o horizonte das aparências e a função se tornou ocultar o fato como não existente, distorcendo o igualitarismo (CONNOR, 1989).

Segundo Walter Benjamin apud D'Angelo (2006), o discurso não tem mais o caráter de transmitir informação, pois é agora transformado e integrado à vida do narrador. Os indivíduos, pela enorme quantidade de informações, pela interação com a máquina e pela divisão do trabalho, perdem a vivência com as experiências, tornando-se autômatos. As novas condições de vida concentram os seres a protegerem-se de choques, isolando-os das antigas formas de sensibilidade, para as novas formas que os absorvem na vivência do presente e na perda da memória. Esses reflexos são observados nas presentes relações do cotidiano pela velocidade, pressa e pelos gestos mecânicos por parte da população (D'ANGELO, 2006).

Nesses expressivos impactos de informações sofridos pelo indivíduo em uma fase reconhecida por Benjamin apud D'Angelo (2006) como moderna, está a formação da personalidade narcísica na era do consumismo pós-moderno em personalidades desestabilizadas e desconcentradas. Segundo Gilles Lipovetsky (2005, p.88) são observados esses traços na

descontração dos relacionamentos interindividuais, no culto ao natural, nos casais livres, na erupção de divórcios, na rapidez da mudança de gostos, valores e aspirações, na ética tolerante e permissiva; mas são também sinais as explosões das síndromes psicopatológicas, do estresse, da depressão (LIPOVETSKY, 2005, p.88).

O eu dos indivíduos é fragmentado a responder em lógicas diversas ao libertá-los da dependência social que estavam inseridos. Produzindo singularidades dos homens, passam a estar submetidos à angústia e à ansiedade disparatados da culpabilidade moral, que são fatores de suas próprias escolhas em um universo de oportunidades oferecidas na personalização de si próprio, como citado por Lipovetsky (2005, p.89):

Administrador permanentemente cuidadoso com a saúde, vive arriscando a vida em rodovias ou em montanhas; formado e informado em um universo científico, mas permeável, mesmo que apenas epidemicamente, a todos os dispositivos do sentido, ao esoterismo, à parapsicologia, aos médiuns e gurus; descontraído em relação ao saber e às ideologias e, simultaneamente, perfeccionista nas atividades esportivas ou em bricolagem; alérgico ao esforço, às regras restritivas e coercitivas, ele as procura em si mesmo nos regimes para emagrecer, em certas práticas esportivas, no *trekking*, nos retiros místico-religiosos (...) investindo nas novas terapias psi; flutuante, "in", produzido segundo os modelos internacionais da moda (LIPOVETSKY, 2005, p.89).

Segundo Connor (1989), na história narrada de Orfeu por Hassan em "O desmembramento de orfeu: rumo a uma literatura pós-moderna", o desmembramento do poeta pelas Mênades devido aos ciúmes da atenção que dava aos rapazes, ocasionou em jogá-lo junto com a lira no rio Hebro, mas que no entanto, continuou a cantar. Na interpretação de Steven Connor (1989), a literatura modernista faz um silêncio de uma recusa à subversão que pode ser entendida como alienação da razão e das formas de linguagem subversivas, além da história e sociedade que se tornaram alheias aos indivíduos. A Alienação se transforma em transcendência no momento em que a realidade descontínua desvincula-se das obras de ficção que atendem ao tempo interior da consciência somente, parte vislumbrada por Hassan na visão de que não há uma retomada da negação (CONNOR, 1989).

A nova constituição pós-moderna funda a sociedade em uma classe especializada de profissionais e técnicos, refletindo sobre as bases do narcisismo atual no processo de personalização da sociedade. Segundo Birman (2003) apud Fernando e Eduardo (2004), afirma que é uma caracterização da sociedade pela frequente negativa na glorificação do eu e da estetização da existência em uma formação de psicopatologias na pós-modernidade na forma de traços como narcisismo, autocentramento, individualismo (FERNANDO, EDUARDO, 2004).

A nova era são os traços de uma sociedade desencantada do modernismo instaurando estruturas fluidas moduladas em função dos desejos, à apatia crescente e à neutralização dos conflitos entre classes e o dizimar do imaginário revolucionário (LIPOVETSKY, 2005).

5- MARKETING, PSICANÁLISE E POLÍTICA: PROMOÇÃO DO COMPLEXO DE ÉDIPO

Segundo Pereira (2000) apud Isleine Arruda (2008), o início da história do marketing data em meados do século XVIII e o pensamento dos pressupostos da Escola História Alemã influencia no marketing, que faz surgir a disciplina acadêmica para estudo em que o principal expoente foi Gustav Schmoller, da Universidade de Berlim. O pensamento dessa vertente teórica contrapõe-se aos pressupostos epistemológicos da Teoria Neoclássica que buscava a satisfação racional do interesse individual. Dessa forma, o marketing é usado com o pensamento da psicanálise em pesquisas que aprofundariam as técnicas propagadas no começo do século XX, na gerência de um novo tipo de consumidor para além do processo racional deste para o ato da compra. Houve, nesse momento, a divergência entre a teoria econômica e o que as empresas necessitavam, ou seja, entre o consumidor real que raciocina sobre o objeto de consumo e o ato de comprar, e o consumidor real, aquele que precisava com auxílio do marketing através de estudos sobre o atinar o desejo dos consumidores para saírem da forma racional que estariam envolvidos.

O marketing atua no estímulo dos compradores aplicados aos recursos do “inconsciente freudiano” ao ato consumado. A Nestlé, utilizando esses conhecimentos psicanalíticos, visualizou que a venda do café instantâneo em meados de 1950 por empresas da época, o café utilizado por soldados combatentes da Segunda Guerra, não teve adesão da população, por ver o produto sendo produzido de forma ociosa. A aceitabilidade só ocorreu quando propagaram a imagem do café como algo sofisticado e vinculado à produção para os mais ricos. Essa mudança foi efetiva e aumentou drasticamente a venda do produto, como observado por Packard (ARRUDA, 2008).

Outras mudanças ocorridas no período estão baseadas na venda de produtos domésticos em substituição a produtos industriais. Para que fosse possível essa alteração, difundiu-se o imaginário social à deterioração dos que fossem domésticos em oposição a exaltação dos industriais. Na década de 1920, Rifkin apud Arruda (2008) afirma que a lógica de produtor mudou para a de consumidor, com importância crucial do marketing para as empresas. O dito macromarketing esteve ligado ao ambiente com incentivo das políticas públicas essencialmente conectadas às pessoas que são movidas por questões vinculadas a infraestruturas públicas, como o crédito ao consumidor, enquanto que o micromarketing atingiu nos anúncios em um estilo de vida urbano moderno que comandava as práticas de consumo dos produtos industriais.

Na psicologia das massas estudada por Bernays, sobrinho de Freud, Gustav Le Bon e Walter Lippman, constata-se que existe uma diferença entre as pessoas estando em grupo orientadas por impulsos e emoções diversas em dissonância a uma psicologia individual (ARRUDA, 2008). Nesse quesito há em nome de uma mente grupal, a identificação com a crença em um líder. Nesse momento a propaganda (por governos, associadas ao Estado) e a publicidade são promovidas a disseminar uma enorme quantidade de impressões de influências externas que inconscientemente coordenam seus pensamentos. Neste instante surge também o líder como formador de opinião. Assim, constituirá um foco essencial na característica de formação de uma cultura do consumidor que, com base em conhecimentos específicos da psicanálise, procurará identificar como produzir pessoas que possuíssem uma mentalidade de consumo a tornarem-se praticantes iminentes de uma lógica de consumir para completar o que falta, pelo desejo inconsciente produzido pela mídia, como cita Oliveira apud Arruda (2008). A propaganda fascista atuará no despojamento dos sujeitos nos mecanismos de consumo que desviam o sujeito de sua autonomia e espontaneidade. A ideologia se manifesta nos sujeitos de modo que admitam a realidade por ser o que é e adaptar-se às formas estruturadas e reproduzirem o que é imposto (ADORNO e HORKHEIMER, 1973).

Nessa perspectiva, Safatle apud Arruda (2008) considera por meio da interpretação psicanalítica que a fantasia instala no imaginário dos sujeitos que investem libidinalmente ao mundo dos objetos para que adquiram valor e significação, dando uma determinação social de significado à realidade. É por meio das fantasias que os seres realizam seus desejos e gozos e nesse entender produz a objetividade fantasmática como ideologia, em que o sentido do imaginário realizará os desejos em relação ao objeto, segundo Safatle apud Arruda (2008). O indivíduo buscará dar consistência ao preenchimento do vazio da angústia em meio aos limites propostos na realidade através do consumo arquitetado pelo marketing, como refere Oliveira apud Arruda (2008).

Harvey (2011) em estudos sobre a geografia do capitalismo, confere a mudança no cenário político e as alterações no campo psicossocial:

Trata-se de um mundo em que a ética neoliberal do individualismo possessivo intenso e do oportunismo financeiro se tornou o modelo para a socialização da personalidade humana. É um mundo que se tornou cada vez mais caracterizado por uma cultura hedonista do excesso consumista. Destruíu o mito (embora não a ideologia) de que a família nuclear é a base sociológica sólida para o capitalismo e abraçou, mesmo que tardiamente e de forma

incompleta, os direitos do multiculturalismo, da mulher e da igualdade da preferência sexual. O impacto é maior isolamento individualista, ansiedade, visão de curto prazo e neurose [...] (HARVEY, 2011, p.144).

Em uma abordagem feita com a ajuda da psicanálise pode ser observado como ocorre a introjeção de formas políticas no indivíduo. Inicialmente, na fase da infância, ocorre nos meninos ou nas meninas o primeiro amor por ambos, em que são formadas relações amorosas pelo pai ou a mãe resultando na visualização de um obstáculo a esse amor pelo terceiro componente da relação. Ao se passar essa fase de catexia objetal, há a identificação com o pai ou com a mãe com formação da masculinidade ou feminilidade no caráter da criança. A fase sexual explicitada se dá na formação de uma modificação no ego que está presente as identificações unidas. Essa constituição se dará como superego ou ideal do ego. Desse modo, no ego infantil o empecilho a concretização dos desejos edipianos fortifica a repressão dentro de si próprio, revelando a luta interna inicial. A camada formada será a expressão das tendências morais e estéticas do ego com a finalidade de impulsionar a repressão. Assim, o ideal do ego é herdeiro do complexo de Édipo com a expressão dos mais fortes impulsos e vicissitudes libidinais do id, representante do mundo interno em contraste com o ego caracterização da representação do mundo externo (FREUD, 1923).

Nesse percurso vivido pelo ser humano poderá se reestruturar na conjunção com as novas formas de sedimentação sobre as pessoas. A submissão da natureza, coisas, animais e homens pela tecnologia caminha o desenvolver da civilização pela expansão do domínio. Nesse sentido, pela perda da autonomia da consciência a natureza humana libera a agressividade defluente do desenrolar da subserviência à tecnológica com forças cada mais destrutivas dos princípios de vida.

A análise feita por Marcuse apud Kangussu (2008) evidencia que o modelo clássico do complexo de Édipo pela dominação do pai para socialização mental do ego está sendo impossibilitado por sua gerência direta dele pela sociedade. A imagem do Pai desaparece e cede lugar às instituições e políticas. O ego cresce sem muita luta aparece como uma entidade fraca, mal equipada para tornar-se sujeito com e contra os outros. Não há mais a luta internalizada com a referência de pai, o ideal de ego agora é projetado externamente que unifica indivíduos na identificação com eles mesmos e entre si, ou seja, no "líder". A autoridade social é absorvida inconscientemente e conscientemente pelo indivíduo manejando o desejo, moralidade e satisfação. A expansão do controle sobre a consciência permite a liberação da sexualidade, ou seja, maior liberdade sexual, mas que não caminha para as funções eróticas, segundo Marcuse apud Kangussu (2008), pois essa energia é concentrada em uma parte do corpo, a genitália, enquanto que o restante deste é viabilizado para o trabalho alienado.

No que foi apresentado foi denominado como dessublimação repressiva por se referir antes a algo que era sublimado e transposto ao trabalho e que agora é liberado, mas não canalizado. Para que haja uma sublimação é necessário um alto nível de autonomia e mediação entre consciente e inconsciente. Além disso, como Freud apud Kangussu (2008) ressalta, existe uma vasta diferença entre o sexual e o genital. O primeiro é entendido como formas de erotização da vida em que atividades podem não possuir nenhuma relação com os órgãos genitais, enquanto a segundo é experimentada pela sociedade atual na genitalização provocadas pelas imposições exteriores de controle social (KANGUSSU, 2008). Conclui-se sobre esse processo que o ideal do ego projetado agora nas instituições, líderes, esportistas comandados por determinações do capital regido pelo Estado e assim, atitudes conformadas com o sistema pela reprodução da lógica de consumo e identificação com os sucessores do complexo de Édipo.

O sofrimento para Freud (1930) é atributo da realidade, inimiga da maneira de que os seres pretendem ser. A realidade se mostra forte e inquebrantável que afasta a satisfação de desejos do indivíduo em um aspecto, instaura o comportamento paranoico para correção de um desejo elaborado que é insustentável no real e introduz o delírio na realidade. A busca em obter prazer é inerente pelo aspecto do programa de felicidade. A aderência do aparelho psíquico do sujeito deve adaptar-se ao ambiente de modo que assemelhe aos seus desejos íntimos. A satisfação real estará ligada a quanto consegue realizar no externo as demandas internas em busca de um rendimento de prazer. Nesse sentido, se para Freud sexualidade estava ligada a potencia traumática, violenta e informulada, para Lacan ela é uma defesa contra o real. O real é o mal-estar como impossibilidade de narrar, dizer e nomear (INGO, 2017).

No pós-Guerra observa-se traços psicossomáticos em soldados que tiveram a subjetividade pós-traumática, segundo Catherine Malabou apud Ingo (2017), consequência que se relacionam a lesões cerebrais como demências e afasias. Ela formula que são seres incapazes de narrar e reconstruir a própria história, cujo sofrimento evidencia em mutismos seletivos e fenômenos psicossomáticos. Desse modo, referente ao sintoma de Lacan, a questão do sofrimento surgirá sintomaticamente como alienação, mas alienação do desejo do outro.

A esfera alienante da produção e consumo faz com que encerre a narrativa da causa possuindo uma satisfação paradoxal, o gozo (INGO, 2017).

6- PÓS-MODERNIDADE: MÚSICAS E PROPAGANDAS DA INDÚSTRIA CULTURAL

O caminhar de uma indústria que prolifera o incorporar da arte nas mercadorias resulta no afastamento desta em relação ao mundo. Por meio da arte como apontado por Marcuse apud Kangussu (2008), o indivíduo harmoniza as instâncias natural e espiritual de forma que não seria possível na realidade opressiva. Ao oposto a que Marcuse denomina de arte, a cultura de massas será responsável ao que é chamado de “cultura afirmativa”, significa a incorporação à sociedade terminando o período da bidimensionalidade da sociedade onde havia uma cultura dita “superior” apartada dos campos sociais no qual o artista tinha autonomia nas composições (KANGUSSU, 2008). Nesse sentido, segundo Connor (1989), o tópico tentará evidenciar nas circulações de massas e publicidade como percebe-se os traços da pós-modernidade na prática.

Na música a repetibilidade, a colagem, o excesso de sonoridades, fragmentação, mercantilização de todos os gêneros são traços marcantes do que é examinado. O período de incorporação da música às demandas da indústria cultural é a expressão da expansão capitalista com os estilos musicais que se dará no Rock a partir dos anos 60 e assimilado pela indústria cultural nos anos 70 com estilos experimentais ou paródias com o modernista experimental e o institucionalmente incorporado. Segue-se o *punk* e *new wave* com grupos como The Clash, The Sex Pistols, na tentativa de contradizer o rock aristocrático, sendo difícil distinguir “originalidade” de formas comerciais. A noção de Jameson sobre a história em um “presente achatado, sem profundidade nem extensão, em que estilos e histórias circulam intercambiavelmente” deflagram o caráter do rock remontado no pastiche e colagem (CONNOR, 1989). Assim, Connor (1989) afirma:

O atual culto do “sampling”, o uso pelos músicos da tecnologia de áudio para a apropriação e manipulação de gravações e apresentações de outros músicos, oferece mais claro exemplo da estética pós-moderna do fragmento, além de mostrar a disposição do rock de viver à custa de sua própria história e de suas próprias formas (CONNOR, 1989, p.150).

A arte do pastiche fez surgir identidades novas, ficcionais por meio de múltiplos textos e imagens. Exemplo dado é o rock chicano com a mistura de música mexicana, ritmos e instrumentos latino-americanos com blues e rock. A alienação é mais presente e firme nas músicas das classes dominantes, pois são alienadas da sua própria condição alienante (CONNOR, 1989). Os principais pontos a serem observados são então a ironia, as montagens caseiras, os recortes em uma atemporalidade do que é composto pela negação à história e uma postura de reprodução da mercadoria. Nestes aspectos são citados alguns exemplos da pós-modernidade:

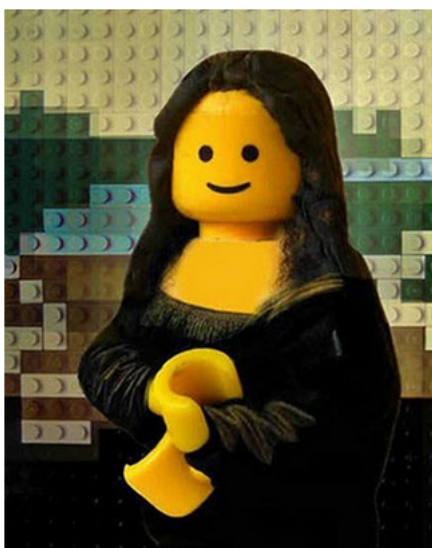


Figura 1- Pastiche de Monalisa. Fonte: wordpress



Figura 2 - Pastiche- Álbum Beatles. Fonte: elsewhere

As duas imagens representam o pastiche pela imitação de obras originais que podem ser pós-modernas devido a ironia criada a partir da obra de Leonardo da Vinci e da capa do Álbum da banda Beatles de 1967, “Sgt. Pepper’s Lonely Hearts Club Band”. Nos acontecimentos de trivialização na cultura pelos símbolos e a reciclagem de tendências mostram, segundo David Foster Wallace, o caráter inócuo sobre as absorções das mídias (BAYER, 2017).

Outro exemplo, está no filme “Deadpool” onde é possível ver características marcantes desse momento histórico. Wade Winston Wilson, nasceu em Ohio, e passou a juventude vagando pelos Estados Unidos. Pela infância traumática com a família passando em lugares de violência e mortes ele começa a reconfigurar sua identidade passando por diversas cirurgias faciais e treinando para ser especialista com diferentes armas se torna um mercenário. Mais tarde foi diagnosticado com câncer e pego pelo “Projeto Arma X” para ser feito o mesmo tratamento de Wolverine para regeneração das células. Dessa forma, o que caracteriza aqui como traços pós-modernos são a auto referencialidade em saber que é personagem, cinismo, relativismo moral e a ironia utilizada durante o filme.

Além desses exemplos, em 1979 há o lançamento do álbum da banda Pink Floyd, “The Wall”. No conteúdo desse álbum contém o personagem Pink que no desenrolar da vida tem o pai morto em uma guerra com os britânicos e uma mãe dominadora. Este vive de forma alienado no mundo como um muro mental que vai se formando com aquilo que apreendia no meio do período de guerra, órfão de pai, educação insensível e situado em um campo a parte do mundo em geral (SECCO, 2013). Em contraposição a essa letra de música que mesmo estando no período demarcado como pós-modernidade possui o potencial crítico feito pela educação e as imposições do estado tangendo aspectos mais extrínsecos aos modelos da indústria cultura. Em contraposição será exposto uma característica de vida conformista com os padrões de consumo vigentes. O funk começa no ano de 1970 com influências de musicais afro com letras que iam do romântico ao pornográfico. A partir de meados de 2009 novos traços são incorporados, no entanto, com o funk ostentação que chegou em São Paulo pela característica de exaltação do consumo, do luxo, dinheiro e poder (CONSTANTE; SHCIMDT, 2016). É citado um trecho da música “Plaquê de 100” de MC Guimê. Nesse diferencial entre as músicas o que percebe no segundo é a subjetividade fragmentada, absorvida por prazeres conferidos do consumo e o manancial de marcas de produtos que compõe o indivíduo

Pink Floyd	MC Guimê
<p>“Uma foto no álbum da família Papai, o que mais você deixou para mim? Papai, o que você deixaria para mim? Em suma, é apenas mais um tijolo no muro Em suma, você é apenas mais um tijolo no muro</p> <p>Você! Sim, você atrás das bicicletas, parado aí, rapazinho!</p> <p>Quando crescemos e fomos para a escola, havia certos professores que Machucavam as crianças de todas as formas que podiam Ao derramar seu escárnio sobre qualquer coisa que fizéssemos E expor todas as fraquezas não importa o quão cuidadosamente escondidas pelas crianças Mas na cidade, todo mundo sabia que, quando chegavam em casa à noite Suas esposas gordas e psicopatas os açoitavam em</p>	<p>“A noite chegou, nós partiu pro Baile funk E como de costume toca a nave no rasante</p> <p>De Sonata, de Azzera, as mais gata sempre pira Com os brilho da jóias no corpo de longe elas mira Da até piripaque do Chaves onde nós por perto passa Onde tem fervo tem nós, onde tem fogo há fumaça</p> <p>É desse jeitinho que é, seleciona as mais top Tem 3 porta, 3 lugares pra 3 minas no Veloster Se quiser se envolver, chega junto, vamo além Nóis é os pika de verdade, hoje não tem pra ninguém</p> <p>Contando os plaque de 100, dentro de um Citroën Ai nós convida, porque sabe que elas vêm De transporte nois tá bem, de Hornet ou 1100 Kawasky tem Bandit, RR tem também</p> <p>Nóis mantém a humildade</p>

<p>pedacinhos”.</p> <p>Pink Floyd - Another Brinck in the wall I,II,III</p>	<p>Mas faz sempre parar tudo E os zé povinho que olha, de longe diz: que absurdo Invejoso se pergunta tão maluco o que que é isso Mas se pergunta pra nós, nós vai responder: churiço”</p> <p>MC Guimê – Plaquê de 100</p>
---	--

Na arte, isso terá repercussão no que foi nomeado como *Pop-art*. Nascida com influências do dadaísmo e pautada no mundo contemporâneo dos compositores em relação às propagandas de consumo americanas. As obras são marcadas pelos pontos de ser popular, efêmero, esquecível, descartável, glamourosa, jovem e sexy (PILATTI, 2015). Essa modalidade artística terá como representante Andy Warhol mais tarde em 1962. Responsável por criar capas de álbuns de bandas como The Velvet Underground, The Rolling Stones e Aretha Franklin e o quadro famoso das latas de Campbell's. Nesse sentido, destaca-se a obra de Richard Hamilton, “O que é que torna os lares de hoje tão diferentes, tão atraentes?”

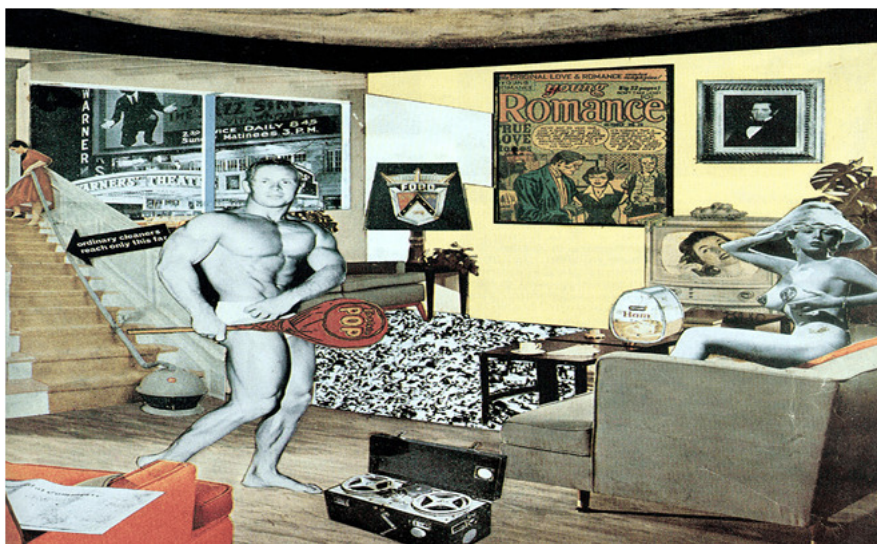


Figura 3- Obra de Richard Ramilton. Fonte: Canto dos passos

Por fim, nos anúncios publicitários pode ser notada os traços característicos da pós-modernidade. É comum ver a mentalidade de consumo disseminada pela sociedade, basta observar ao que é proposto levando o desejo de quem o assiste a não só adquirir o produto e utilizar daquilo que o compete, mas não perder mais experiências de consumo ofertadas no mercado. A elevação da estima dos quais já se identifica como baixa no cotidiano é o foco principal. Marcas e empresas levam o consumidor a querer ser a vivência na marca, se reificando pelos produtos de forma a infantilizar até mesmo os adultos. Seguem dois exemplos do que foi narrado:



Figura 4- Anúncio Elo. Fonte: Youtube

No anúncio acima, o apresentador que interpreta o consumidor, absorve o que a empresa diz de forma literal. Segundo ele, a sua subjetividade pode ser modificada a qualquer instante para que faça parte do produto e assim, seja notado no meio da multidão de consumidores e não seja mais um no meio de tantos. Ao decorrer evidencia troca de identidades em personagens como: cantora, cozinheiro e lutador de artes marciais. Essas mudanças de identidade são para que tenha um atrativo em ser a promoção oferecida, ou seja, há o terminar do afastamento ao consumidor para que ele também faça parte na composição da imagem e conteúdo do produto. Outro ponto, é a facilidade sempre em cheque que mostra a praticidade de se cadastrar na promoção como na fala de um dos empresários da mesa: “é só cadastrar o seu cartão elo”. Sendo notado o efêmero, rápido, retirando o tempo de reflexão e colocando a todo instante formas de não perder nada, pois é fácil e prático. Desse modo, como afirma Adorno e Horkheimer (1985, p.138): “Eis aí o triunfo da publicidade na indústria cultural, a mimese compulsiva dos consumidores, pela qual se identificam às mercadorias culturais que eles, ao mesmo tempo, decifram muito bem”.



Figura 5- Burguer King. Fonte: *Expresso análise crítica*

Este segundo anúncio interpela o espectador pela imagem do produto de forma digitalizada e o engrandecimento daquele que observa. Nesse sentido, não basta ter nascido “big”, grande, é necessário algo mais a ser um “King”, rei, tem que consumir nesse lugar para ser. Portanto, o investimento no marketing coloca posições sociais que em outra época eram elevadas na posição de monarcas, e no momento, instaladas ao alcance de qualquer pessoa é necessário apenas consumir o produto.

7- CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base no que foi apresentado, as mudanças no modelo econômico capitalista impactam diretamente em uma forma de vivenciar as particularidades entre fantasia e realidade. Os princípios de prazer cada vez mais aflorados tornam as pessoas em busca de sensações prazerosas através do consumo desequilibrado e que geram o afastamento da natureza humana, que necessita de momentos de habilitação do ser e da sua força de autonomia para constituição de um potencial crítico diante do mundo e não a neutralização de forças poderosas do ser humano que são recalcadas, reprimidas ou sublimadas em nome do capital e da reprodução incessante do sistema. As constantes propagandas, o entretenimento e a arte são formas de mercadorias lançadas a disposição dos consumidores para adquirirem a qualquer momento mesmo que sem a necessidade real do que é consumido. Nesse momento as pessoas vigoram em uma estrutura sem definições em que até mesmo o discurso é tido como separado da realidade. No limbo de sentido que muitos se encontram, a fuga para as proposições da falta de algo vivenciada pelos seres devido ao enfraquecimento de laços sociais e a mentalidade de consumo produzida pelas empresas nos diferentes períodos políticos, reduzem os indivíduos a psicopatologias causadas nas ilusões que o capitalismo produz na criação de uma necessidade. Desse modo, o recalamento da subjetividade humana facilita as empresas a terem lucros mais vantajosos na exacerbada procura e a não gratificação dos desejos humanos por estarem apartadas da real carência das pessoas. Assim, por meio dos devaneios inferidos aquilo que é de mais humano na característica psíquica do ser humano é afastada do seu domínio que é preenchida por introjeções de marcas e produtos para dizerem sobre a personalidade do indivíduo. Logo, não se pretendeu aqui qualificar de maneira maniqueísta os contextos políticos, mas fazer uma crítica do consumo que inserido na história transformou-se ao longo do tempo.

REFERÊNCIAS

ANTONIO, Francisco. **Marcuse**: Vida e obra. Estado da Guanabara: José Alvaro Editor S. A, 1969.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação de pessoas em mercadorias. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2008.

BAYER, Enrique. Pós-modernismo, niilismo, existencialismo, 'The New Sincerity' & como consumimos televisão: uma abordagem teórica dos conceitos filosóficos em "Bojack Horseman". 29nov.2017. Disponível em: <https://medium.com/@enriquebayer/p%C3%B3s-modernismo-niilismo-existencialismo-the-new-sincerity-e-como-consumimos-televis%C3%A3o-17638818a0fd>> Acessado em: 21 de novembro de 2018.

CONNOR, Steven. **Cultura Pós-moderna**. 4 ed. São Paulo: Loyola, 1993.

CONSTANTE, Robson; SCHMIDT, Saraí. Funk ostentação: do incentivo ao consumo de marcas de luxo às falsas promessas de inclusão e status social. **Revista conhecimento online**. v. 2, p. 26-36, jul./dez. 2017

EAGLETON, Terry. **A ideologia da estética**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar ed, 1993.

ENRIQUEZ, Eugène. O homem do século XXI: sujeito autônomo ou indivíduo descartável. *Revista Refrlections*, RAE-eletrônica. v. 5, n. 1, Art. 10, jan./jun. 2006.

FERNANDO, Luiz; EDUARDO, Victor. **Consumo excessivo e adicção na pós-modernidade**: uma interpretação psicanalítica. *Revista de Psicologia*, v. 5, n. 1, Art. 10, jan./jun. 2006.

FONTENELLE, Isleide. As relações entre filosofia e Psicanálise na Compreensão e Crítica da Cultura de Consumo: da ideologia à fantasia social. In: Claudio Oliveira (Org.) *Filosofia, Psicanálise e Sociedade*. 1a. ed. Rio de Janeiro: Beco do Azogue, 2011, v.1, p. 147-168.

FREUD, Sigmund. O ego e o ID (1923). In:_____. **Obras psicológicas completas**. Rio de Janeiro: Imago, 1976. v.XIX, p.11-83. Edição Standard Brasileira.

FREUD, Sigmund. O mal-estar na civilização (1930). In_____. **Obras psicológicas completas**. Rio de Janeiro: Imago, 1974. V.XXI, p.73-171. Edição Standard Brasileira.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. 9 ed. São Paulo: Loyola, 2000.

HARVEY, David. **O enigma do capital**. São Paulo: Boitempo, 2011.

INGO, Christian. O real e a verdade do sofrimento. **Revista Cult**. São Paulo, v.8, 2017.

JAMESON, Frederic. **Pós-modernismo**: a lógica cultural do capitalismo tardio. São Paulo: Ática, 1996.

KANGUSSU, Imaculada. **Leis da Liberdade**: A relação entre Estética e política na obra de Herbert Marcuse. São Paulo: Loyola, 2008.

LIPOVETSKY, Gilles. **A era do Vazio**: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. 1 ed. Barueri: Manoele, 2005.

MARCUSE, Herbert. **Eros e Civilização**: uma interpretação filosófica do pensamento de Freud. 8 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

MARCUSE, Herbert. **A ideologia da sociedade industrial**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1982.

MAZZUCATO, Mariana. **O estado empreendedor**: desmascarando o mito do setor público vs. Setor privado. Tradução: Elvira Serapicos. 1 ed. São Paulo: Portfólio-penguin, 2014.

PILATTI, Lucas. Pop-art. 29abr.2015. Disponível em: <https://www.cantodosclassicos.com/pop-art-anos-50/>. Acessado em: 22 de novembro de 2018.

SECCO, Neimar. Pink Floyd: uma análise do álbum The Wall. 22 de dezembro de 2013. Disponível em: <https://whiplash.net/materias/biografias/194692-pinkfloyd.html>. Acessado em: 22 de novembro de 2018.

SOLINA, Ana. Dialética do Esclarecimento: a mortificação do homem. **Revista MenteeCérebro**, São Paulo, v.7, n.7, p. 34-41, 2015.

TASCHNER, Gisela. Lazer, cultura e consumo. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v.40, n. 4, p.38-47, Out/Dez, 2000.

THEODOR, Adorno; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1985.

THEODOR, Adorno; HORKHEIMER, Max. **A indústria cultural: o Esclarecimento como Mistificação das massas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1985.

WEBER, Max. **Ciência como vocação**. Lisboa: Lusosofia, 2005.