

TEMPOS HIPERMODERNOS E SOCIEDADES HIPERNEURÓTICAS: O VAZIO PERFORMÁTICO DO HOMEM CONTEMPORÂNEO

Paulo Rogério Rodrigues Passos¹
Rubens Alves Costa²

RESUMO

Este artigo é um esboço reflexivo que visa conjugar a filosofia contemporânea de Gilles Lipovetsky com alguns fundamentos teóricos do repertório psicanalítico. Paradoxalmente, na medida em que o homem alcança um potencial tecnológico inigualável na história da humanidade, percebemos que um vazio existencial crônico o acompanha nesse percurso. Despojado dos alicerces subjetivos que a sociedade oferecia aos indivíduos por meio dos seus valores, crenças e representações, o sujeito contemporâneo vaga num labirinto inesgotável de possibilidades de prazer, porém, incapaz da completude, do alcance da saciedade dos seus desejos. Esse ser desejante sofre e se deleita aprisionado numa premissa inatingível do gozo, contudo, o máximo que experimenta é o descartável, o efêmero, o fugaz. Assim, entre buscas e anseios, quanto mais nos embrenhamos nesse emaranhado de novas demandas, mais distantes ficamos dos fundamentos que em outrora sustentavam o nosso modelo associativo. Pautado na perspectiva de Lipovetsky sobre a hipermodernidade, podemos ponderar que novas estruturas neuróticas também foram engendradas com tais transformações. Sem a pretensão de esgotar nada, contudo, de problematizar intelectivamente a questão, este artigo se apresenta.

Palavras-chave: pós-modernidade, hipermodernidade, hedonismo, psicanálise

ABSTRACT

This article is a reflective outline that seeks to combine contemporary philosophy of Gilles Lipovetsky with the theoretical foundations of the psychoanalytic repertoire. Paradoxically, to the extent that man achieves an unparalleled technological potential in human history, we realize that a chronic existential emptiness follows this route. Stripped of the subjective foundations that society offered to individuals through their values, beliefs and representations, the contemporary subject wave in a maze of endless pleasure possibilities, however, unable of completeness, the reach satiety to their preferences. That desiring being suffers and delights himself trapped in an unattainable premise of enjoyment, however, the maximum experiencing is disposable, the ephemeral, the fleeting. So between searches and desires, the more we enter this tangle of new demands, the farther we get from the fundamentals that once held in our partnership model. Grounded in Lipovetsky perspective on hyper modernity, we can consider that new neurotic structures were also engineered with such changes. Without intending to exhaust all, but wanting to discuss the issue, this article presents itself. Keywords: post-modern, hyper, hedonism, psychoanalysis

¹ Doutor em Ciências da Religião e professor adjunto do programa strictu sensu em Ciências da Religião da Pontifícia Universidade Católica de Goiás.

² Mestrando em Ciências da Religião na Pontifícia Universidade Católica de Goiás.

“O individualismo paradoxal: Introdução ao pensamento de Gilles Lipovetsky” mostra que a modernidade inverte a ordem da temporalidade não para reinserir o presente no cerne das preocupações de todos, mas para fazer do futuro e não do passado “o *locus* da felicidade vindoura e do fim dos sofrimentos” (LIPOVETSKY, 2004, p. 14) – tudo regido pela razão. No entanto o otimismo que caracterizava a modernidade não é mais corrente. A sequência de catástrofes no século XX (duas guerras mundiais, etc.) fez a razão perder a dimensão positiva. Desacreditado do passado e do futuro, o presente passa ser a referência essencial dos indivíduos. Surge assim a pós-modernidade que rompe definitivamente com as tradições que a modernidade rompeu e desvia-se dos amanhãs da ordem e progresso racional que não chegaram. Na pós-modernidade o presente passa ser o *locus* da felicidade.

A divisão “Da modernidade à pós-modernidade: o abandono do universo disciplinar” aborda criticamente a modernidade a partir da perspectiva que a autonomia – liberdade –, prometida pelas Luzes resultou em efeito contrário tendo como consequência última uma alienação total do mundo humano. A modernidade além de não conseguir concretizar os ideais das Luzes que objetivava a real libertação ainda “deu lugar a um empreendimento de verdadeira subjugação, burocrática e disciplinar [...] sobre os corpos e os espíritos.” (LIPOVETSKY, 2004, p. 16). O próprio autor assim expressa:

Foucault foi sem dúvida o pensador que mais insistiu neste aspecto corrompido da modernidade que é a disciplina, cuja finalidade consiste mais em controlar os homens que em libertá-los. A disciplina é um conjunto de regras [...] que têm por efeito produzir uma conduta normatizada e padronizada, adestrar os indivíduos e submetê-los a uma fôrma idêntica para otimizar-lhes as faculdades produtivas. (LIPOVETSKY, 2004, p. 16).

Foi a pós-modernidade e não a modernidade que ampliou a autonomia subjetiva. A moda ao escapar/romper com o mundo da tradição desempenhou papel importante na aquisição da autonomia. Afirma o autor:

É a era da moda extrema, em que a sociedade burocrática e democrática se submete aos três componentes essências (efêmero, sedução, diferencial marginal) da forma-moda e se apresenta como sociedade superficial e frívola, que impõe a normatividade não mais pela disciplina, mas pela escolha e pela espetacularidade. (LIPOVETSKY, 2004, p. 19).

Assim com a difusão da lógica da moda pelo corpo social inteiro, entra-se na era pós-moderna e vê-se a ampliação da autonomia subjetiva. Ao permitir uma libertação do indivíduo que não mais segue um caminho preestabelecido pela tradição, a pós-modernidade possibilitou realizar os ideais das Luzes anunciados pela modernidade. No

entanto, essa libertação em face das tradições não significa o total desaparecimento de todo o poder sobre o indivíduo, nem, tampouco, ele encontrou o mundo ideal sem conflitos e sem dominação. “Os mecanismos de controle não sumiram; eles só adaptaram” (LIPOVETSKY, 2004, p. 20) – abandonaram a imposição - a disciplina -, em favor da comunicação. Já não usam decretos (disciplina) para proibir fumar e sim torna-se consciente os efeitos desastrosos da nicotina o que não deixa de ser uma nova forma de cerceamento da liberdade individual e coletiva.

A divisão “Da pós-modernidade à hipermodernidade: do gozo à angústia” abordo a consumo como fator preponderante para definir o período pós-moderno a partir da perspectiva que o hiperconsumo levou a sociedade a um *status* de angústia. O consumo de massa e os valores que ele veicula – cultura hedonista e psicologista -, são os responsáveis pela passagem da modernidade à pós-modernidade ocorrida na segunda metade do século XX. Diante disso, constata o autor:

A pós-modernidade representa um momento histórico em que todos os freios institucionais que se opunham à emancipação individual se esboroam e desaparecem, dando lugar à manifestação dos desejos subjetivos, da realização individual, do amor-próprio. As grandes estruturas socializantes perdem a autoridade, as grandes ideologias já não estão mais em expansão, os projetos históricos não mobilizam mais, o âmbito social não é mais que o prolongamento do privado – instala-se a era do vazio, mas ‘sem tragédia e sem apocalipse’. (LIPOVETSKY, 2004, p. 23).

São três as fases do consumo. A primeira é a clássica que inicia em 1880 e vai até 1950. Nela surgem o taylorismo, o marketing, as grandes lojas, as marcas e a publicidade. Esses elementos ao serem colocados em cena explicam o surgimento da pós-modernidade na segunda metade do século XX. A lógica da moda começa permear de modo íntimo e permanente o mundo da produção e do consumo de massa e passa a ser um fator de imposição. A partir dos anos 60 a moda contamina a sociedade como um todo. No entanto, na fase clássica o consumo limitava à burguesia. A segunda fase do consumo denominada de Era do vazio surge a partir de 1950 quando emerge uma sociedade cada vez mais voltada para o presente e para as novidades que ele traz, uma sociedade cada vez mais tomada pela lógica da sedução concebida na forma de uma hedonização da vida. Nessa fase celebrou-se a libertação do indivíduo, a desafeição pelas ideologias, o definhamento das normas tradicionais, o culto ao presente e a promoção ao hedonismo individual. O autor observa:

Assiste-se aí à extensão a todas as camadas sociais do gosto pela novidade, da promoção do fútil e do frívolo, do culto ao desenvolvimento pessoal e ao bem-estar – em resumo, da ideologia individualista hedonista. É o surgimento do modelo de sociedade pós-moderna descrita por *A era do vazio*,

em que a análise do social se explica melhor pela sedução que por noções como a de alienação ou de disciplina. (LIPOVETSKY, 2004, p. 24).

A terceira fase do consumo (1980) é caracterizada pelo hiperconsumo. Diz o autor:

Um consumo que absorve e integra parcelas cada vez maiores da vida social; que funciona cada vez menos segundo o modelo de confrontações simbólicas [...] e que, pelo contrário, se dispõe em função de fins e de critérios individuais e segundo uma lógica emotiva e hedonista que faz que cada um consuma antes de tudo para sentir prazer, mais que para rivalizar com outrem. (LIPOVETSKY, 2004, p. 25-26).

No entanto, “nada de libertação sem nova forma de dependência” (LIPOVETSKY, 2004, p. 25). A hipermodernidade com o hiperconsumo trouxe paradoxos. Doravante a sociedade passa a ser corroída pela ansiedade de consumir. O consumo deixa de ser expressão de liberdade e gozo e passa ser um mecanismo de geração de angústia. Assim a “desagregação do mundo da tradição é vivida não mais sob o regime da emancipação, e sim sob o da tensão nervosa” (LIPOVETSKY, 2004, p. 28).

A divisão “A perda do sentido e a complexidade do presente” mostra que a era do hiperconsumo e da hipermodernidade assinalou o declínio das grandes estruturas tradicionais de sentido e a recuperação destas pela lógica da moda e do consumo sob a perspectiva que isso só foi possível a partir do momento em que a lógica da moda conseguiu impor contrapondo-se às ideologias de pretensão teológicas. Assim os sistemas de representação passaram a não mais ajudar a dar sentido, pois eles “tornaram objetos de consumo e são tão intercambiáveis quanto um carro ou um apartamento” (LIPOVETSKY, 2004, p. 30). Entende o autor que:

Chegamos ao momento em que comercialização dos modos de vida não mais encontram resistências estruturais, culturais nem ideológicas; em que as esferas da vida social e individual se reorganizam em função da lógica do consumo. [...] Parece igualmente óbvio que os indivíduos desapossados de qualquer sentido transcendente, possuem opinião cada vez menos firmes e cada vez mais volúveis. (LIPOVETSKY, 2004, p. 31).

Porém, a perda de sentido apesar de deixar o indivíduo mais volúvel e oscilante permitiu ao indivíduo exercer o livre arbítrio. Assim, conclui o autor que:

Os indivíduos saem da minoridade e são cada vez mais capazes de exercer o livre arbítrio, de informar-se, de pensar por si mesmos num universo ideológico onde as normas imemorais da tradição explodiram e onde os sistemas terroristas do sentido não corrompem mais os espíritos. (LIPOVETSKY, 2004, p. 32).

A divisão “Onipotência da lógica consumista?” mostra que o mundo do consumo intromete em nossas vidas e modifica as nossas relações com os objetos e com

os seres. Seu império avança e seduz com princípios como: self-service, a busca de emoções e prazeres, o cálculo utilitarista, etc. Até a religião atualizou-se ao consumo. Ela abandonou o asceticismo em favor do hedonismo e do espírito festivo, enaltecendo os valores da solidariedade e do amor mais que os da contrição e do recolhimento. O mundo consumo afetou também a família, a ética, a política, o sindicalismo, o gênero e a natureza. No entanto nem tudo se resume ao consumo. Sua soberania não é absoluta. Diz o autor:

Certos valores próprios da modernidade (os direitos humanos, por exemplo) não estão perto de cair no consumismo puro. Ao mundo do consumo escapam também outros valores, como a preocupação com a verdade ou com o relacional. [...] O amor – eis outro domínio que escapa à esfera do lucro [...] vida privada [...]. (LIPOVETSKY, 2004, p. 35-36).

Portanto nada é mais falso do que acreditar que o “consumo reina sem restrições” (LIPOVETSKY, 2004, p. 36). Existem trincheiras que ele não consegue transpor.

A divisão “A ética entre a responsabilidade e a irresponsabilidade” mostra que a hipermodernidade que é caracterizada por um consumo emocional e também por indivíduos preocupados antes de tudo consigo mesmo e não com a sociedade como um todo é “o sinal da ascendência da barbárie sobre nossas sociedades?” (LIPOVETSKY, 2004, p. 37). De modo nenhum, pois apesar das críticas ao atual estado da nossa existência temos que reconhecer que “os direitos humanos jamais foram vivenciados de maneira tão consensual quanto hoje [...] valores de tolerância e de respeito ao outro nunca se manifestaram tão intensamente quanto em nossa época [...]” (LIPOVETSKY, 2004, p. 37). Assim, essa fase pós-moralista que hoje caracteriza nossas sociedades não acarreta o desaparecimento de todos os valores éticos. Ela não é sinônimo de imoralidade.

A divisão “Os paradoxos do quarto poder” mostra que a moral não desapareceu do campo social apenas, agora, ela, é imposta de fora, pelas mensagens veiculadas na mídia as quais são e/ou estão vinculadas à lógica do consumo. Assim, na hipermodernidade, a moral “não é mais determinada de dentro” (LIPOVETSKY, 2004, p. 40). No entanto a mídia age na sociedade paradoxalmente contribuindo para avanços e reveses relacionados aos indivíduos enquanto atores sociais. A mídia possibilitou a conquista da autonomia pessoal. Ao oferecer oportunidade de escolhas individuais e as informações sobre produtos favoreceu o surgimento de um indivíduo autônomo, ao contrário da pregação que dizia que a mídia padroniza nossos comportamentos. A gama

de informações disponibilizadas é também um valor positivo da mídia. Entende o autor que:

Longe de redundar no homem unidimensional [...] a lógica do consumo-moda favoreceu o surgimento de um indivíduo mais senhor e dono da sua própria vida, sujeito fundamentalmente instável, sem vínculos profundos, de gosto e personalidade oscilantes. [...] ao possibilitar o acesso a uma informação cada vez mais diversificada e mais caracterizada por pontos de vista diferentes, propondo uma gama extremamente variada de escolhas, a mídia permitiu que se desse aos indivíduos maior autonomia de pensamento e de ação, com a oportunidade de construir opinião própria sobre um número sempre maior de fenômenos. (LIPOVETSKY, 2004, p. 41-42).

Negativamente mencionam-se as omissões e as desinformações intencionais da mídia sobre a cultura e o debate público/político, por exemplo. Ela é omissa quando deixa de promover uma cultura de qualidade, privilegiando variedades insípidas que atingem maior audiência. Quando deixa a programação cultural para os últimos ou primeiros horários e até mesmo os suprime. Em nome de interesses políticos a mídia mais desinforma do que informa. Evita debates que não interessa a poderes atuantes. Situações como a Guerra do Iraque de 2003 ficou evidente que a rede Fox, a serviço da política americana desempenhou um papel informativo duvidoso. Assim, na hipermodernidade, a mídia, pode favorecer tanto comportamentos responsáveis como irresponsáveis.

Parece estanho para os ouvidos não habituado com os jargões psicanalíticos, que, bem-estar, ou a arte do bem viver depende estreitamente de uma sanidade neurótica. Por mais paradoxal ou certa estranheza que esta expressão possa causar, é justamente quando encontramos o “fio da meada” das nossas neuroses é que a vida psíquica individual começa a encontrar o seu ponto de equilíbrio. Um bom exemplo disso são as rotinas do nosso cotidiano. Se sem elas a vida se desgoverna em nossas organizações práticas e subjetivas, ao longo do tempo elas se encarregam de nos castigar pela repetição. Reproduzindo o velho adágio popular “fuja da rotina”, de forma coloquial poderíamos traduzi-lo como, fuja das suas neuroses.

Tentar fugir das neuroses é um exercício inglório, porque quanto mais você se esforça para se distanciar delas, mais energia elas exigem do indivíduo. Nesse círculo vicioso, a vida se torna um fardo pesado demais, extenuado de tanto fazer a mesma coisa ao longo da vida: os mesmos erros, as mesmas escolhas, os mesmos resultados, o sujeito se percebe num labirinto sem saída, independente da saída que escolhe,

chega sempre ao mesmo lugar. A neurose se encarrega de organizar, como também, de desorganizar o “cosmos” psíquico individual. Nesse sentido, o melhor caminho não seria o da fuga, mas sim, do enfrentamento. Invariavelmente a neurose não tem cura, porém, podemos conviver amigavelmente com ela.

Para Freud (2012/1923 -1ª edição), a neurose representa um conflito entre o Ego e o Id, ou seja, um embate entre aquilo que o indivíduo *é/tem* e aquilo que ele desejaria *ser/ter*. Essa insatisfação produz uma situação tensa e às vezes muito dolorosa, pois além da afetação psíquica, em alguns casos essas tensões somatizadas alcançam a saúde do corpo. Num outro momento temporal, não muito distante do atual, muitas das nossas tensões encontravam vazão na própria dinâmica da vida associativa. Em um mundo saturado de significados, o indivíduo por si não se projetava, ao passo que os anseios internos eram mais dependentes do gregário do que o singular.

As exigências que recaíam sobre o Ego não dependiam de grandes substâncias subjetivas. Sociologicamente podemos dizer que o “mundo real” era maior e melhor do que o universo psíquico individual. Nesse caso, com suas próprias simbologias, conseguia organizar, disciplinar e satisfazer as demandas do Ego. Quando a relação Id/Ego transbordava, todo um aparato de acolhimento e proteção se encarregava de restaurar os alicerces simbólicos no sentido de arrefecimento do Id e inflacionamento do Ego. Esse modelo associativo caiu em desuso, sua legitimidade foi removida das instâncias que chancelavam essas verdades, o indivíduo se esvaziou do outro e ensimesmado, vive a mercê de um vazio crônico.

Trazendo essa reflexão para o panorama contemporâneo, aquilo que um dia era próprio do processo de maturação psíquica do sujeito se artificializa, é convertido num expediente planejado para suprir e suprimir os anseios do Ego de forma planejada e permanente. Se em uma comunidade cada elemento é uma extensão concreta e subjetiva do outro, na pós-modernidade nos tornamos todos adversários em potencial. Esse novo modo de lidarmos com as pessoas, ou melhor, com a importância dada à pessoa humana, transformou a concretude das relações em compromissos fluidos, relativos, virtuais, light, etc.

Até bem pouco tempo atrás o conceito de bom relacionado a um produto ou mercadoria, estava condicionado a sua durabilidade ou a sua resistência. O neurótico de outrora, em tese sofria menos, porque, provavelmente as suas demandas dependiam menos de “ser” alguém, do que com o pouco que por ventura tivesse. Enquanto uma família se orgulhava em passar uma mesa por gerações, aquilo representava mais do que um utensílio pragmático, aquilo representava um atavismo psíquico embutido naquele objeto totêmico. O que importava não era a sua função, o seu *design*, mas o seu valor simbolizante. Hoje a descartabilidade impera, mas impera virtuosa, a obsolescência é planejada pela própria indústria, o neurótico pós-moderno se regozija não pelo “ter”, mas pelo “ser”, personificado em produtos exclusivos para a sua neurose.

A neurose pós-moderna não se sustenta mais na repetição, mas sobretudo, na mudança. Se antes a tensão era a busca permanente para ter o que não tem ou ser o que não se é. Atualmente a lógica é a velocidade e a facilidade em ter alguma coisa, bem como, de ser alguma coisa a partir do usufruto ou posse da coisa. Porém, essa facilidade ao mesmo tempo em que supre em sua efemeridade, coisifica o ser humano em profundidade. Pensemos um pouco naquilo que dispensamos a nossa atenção, naquilo que nos faz rir. Se abordarmos algumas pessoas e de chofre e perguntar-lhes sobre o que assistiram na terça-feira da semana passada no Jornal Nacional, provavelmente não se lembrarão. Da mesma forma que cada vez mais programas televisivos inserem pegadinhas ou situações que exponham jocosamente as pessoas.

O deslocamento daquela neurose revestida simbolicamente para um plano meramente estético, performático, subjetivamente frágil, aproxima os indivíduos da fronteira psicótica. A “balada” pode ilustrar bem essa reflexão. Ir para balada nos dias atuais tem uma conotação muito diferente de simples diversão. Esse construto subjetivo denominado de “balada” conectam pessoas movidas por demandas similares, ou seja, ausência de compromisso ou culpa, exacerbação do prazer, variedade, excitação, sexo, álcool, enfim, por algumas horas, em alguns redutos, o indivíduo extravasa, ultrapassa os limites da liturgia do normal. Essa cultura do excesso tem uma estética própria, e como qualquer outra estética ela é neurotizante.

Não estamos aqui falando do corpo saudável, estamos a falar de um corpo

doente com aparência saudável. Pessoas que “malham” mais pelo prazer de malhar dos outros, de se sentirem superiores esteticamente, do que efetivamente melhores consigo mesmos. Nessa panaceia neurótica, que aparentemente torna a vida mais alegre, completa e feliz, parece que tudo vale a pena por um instante de prazer. Nesse teatro psíquico, há espaço para todos, porém, certa rigidez hierárquica estabelece e compartimentaliza os espaços de poder.

Desde a garota que vai ao baile *funk* sem calcinha e é caracterizada como “preparada”, como os homossexuais travestidos “lacraias”, como noutra plano, outras estéticas que se apresentam politicamente corretas, contudo, voltadas para o mesmo hedonismo explícito e imediato. A estética da pós-modernidade não é vulgar, ela é neuroticamente desafiadora. Ela não aglutina, ela sempre está à espreita do outro.

Esta é a lógica excludente da neurótica sociedade pós-moderna, despreparada para interagir com a diversidade de perspectivas, pois para o indivíduo acomodado nos seus valores conservadores, é muito mais fácil tentar modificar o outro do que a si mesmo. Sempre a figura do "outro" é a culpada pela minha insegurança e derrota. (BAUMAN, 2013, p. 65).

O outro como alvo das minhas subjetividades permite ao mesmo tempo um possível desvencilhamento das responsabilidades pessoais, como também, uma carapaça psíquica que inverte o olhar do interior individual para a alteridade exterior. Esse mecanismo é manejado satisfatoriamente na cristalização de uma neurose das conveniências. O chamamento para si ou o direcionamento para o outro depende da intensidade de culpa ou prazer envolvido na circunstância. Nesse sentido, como anuncia (LACAN, 1985), o outro ou o grande outro, visto pela perspectiva da pós-modernidade, tanto pode representar um ícone legitimador ou um bode expiatório para os restos psíquicos não digeridos simbolicamente pelos indivíduos.

Esta reflexão nos remete a pensar sobre um processo de impotência psíquica, provocado pela efemeridade dos desejos na pós-modernidade, ou talvez uma sofisticação neurótica no sentido de lidar com tais contingências. A resposta para essa indagação não é de fácil resolução, todavia, o fato é que, a percepção do outro como uma instância de recurso psíquico, tem se mostrado nefasta em alguns aspectos e

bastante sofisticada em outros. Com a diluição dos estatutos subjetivos que organizavam, ou melhor, legitimavam as comunidades, parecem que a única coisa que hoje nos une nos espaços associativos são as nossas diferenças.

Numa sociedade de consumidores, na qual as diferenças entre os seus indivíduos não são de ordem ontológica, pois independentemente das condições sociais, pertencem ao mesmo *status* humano, as diferenças se circunscrevem ao âmbito das aparências, das vaidades e das múltiplas estéticas existentes. Nesse sentido, o consumo se apresenta como uma força “sobrenatural” na acepção subjetiva do consumidor. Pois enquanto o indivíduo consumidor acredita que o mais importante seja o objeto consumido. Inconscientemente, este procura novas categorias, escalas ou fórmulas de diferenciação dos seus hábitos, valores, perspectivas e emoções. O propósito implícito ao consumir não é o funcional, mas essencialmente o estético.

A coisa inanimada ganhou essência na contemporaneidade. Na mesma velocidade em que os humanos se coisificam, as coisas, na mesma proporção se personificam. Esse processo acarreta uma orientação inversa da relação dos homens com a mercadoria. Se em algum momento o inanimado representava o seu fabricante, artesão, escultor, etc., hoje, os homens adquirem coisas específicas para sustentarem alguma substância ideológica. Diante do exposto, poderíamos dizer que o homem se assemelha mais com a mercadoria que o supre de sentido existencial, do que com outro ser da mesma espécie, que disputam entre si a fonte dessas substâncias de prazer.

Psicanaliticamente temos uma situação bastante complexa no campo das identificações. Uma das características da neurose é a sua permanente identificação com o outro. Quanto mais as pessoas se identificam umas com as outras, menos elas se reconhecem em suas individualidades. Assim, numa realidade na qual um sujeito se sujeita psiquicamente a “coisas”, e a partir dessa identificação constitui a sua *performance* identitária, podemos inferir que estamos cada vez mais parecidos uns com os outros porque nos identificamos com as mesmas coisas. Se a grande neurose da pós-modernidade é ser diferente. Como podemos ser diferentes, se as balizas materiais que instrui esse processo são limitadas. Diante desse impasse, ou dessa necessidade angustiante de se diferenciar do outro, a estética se apresenta como a

razão e a consequência dessa neurose imagética.

Filosoficamente, em tese, quando nos identificamos com alguma coisa ou alguém, nos tornamos aquilo ou parte daquilo. Por analogia da reflexão que se segue, não somente nos tornamos mercadorias, mas nos esforçamos diuturnamente pela melhoria desse produto. Porém, como em toda estética, a superfície tem mais valor do que à profundidade, quanto mais nos identificamos com outros sujeitos assujeitados esteticamente, mais superficiais e vazios nos tornamos. Ao assumir as características do objeto desejado, na verdade o ego é inflado pelo vazio do outro, somente por uma imagem sem substância ou por um espectro da realidade.

Na sociedade de consumidores, o mercado ocupa a centralidade das relações fáticas e subjetivas, quando não muito, a base de ambas. Conceitos e representações como: felicidade, realização, bem estar, etc., dependem estritamente da capacidade de cada indivíduo ser consumido pelo mercado. Ou seja, o indivíduo precisa ser desejado pelo mercado para que sua inserção no mundo das mercadorias ocorra.

Essa gradação ou escalonamento dos desejos carentes no mercado conduzem e induzem as pessoas a desejarem serem desejadas por este organismo abstrato. Em síntese, aquelas mercadorias humanas mais atrativas, ao serem consumidas, sofisticam também a sua capacidade de consumo. Geralmente os consumidores mais aptos, são os maiores consumidores de mercadorias simbólicas, pois quanto mais apetrechados simbolicamente forem, mais aptos a serem consumidos também serão. Para (BAUMAN, 2008, p. 158) a *“subjetividade do sujeito, e a maior parte daquilo que essa subjetividade possibilita ao sujeito atingir, concentra-se num esforço sem fim para ela própria se tornar, e permanecer, uma mercadoria vendável”*.

A estética na pós-modernidade não se limita as escolhas das tendências da moda ou da extravagância na forma de se vestir. Se antes habitávamos um mundo simbólico pavimentado pelas instituições, hoje há uma normatização jurídica, porém, as substâncias de sentido, ficam por conta de cada indivíduo. Num mundo onde as igrejas não catequizam, os partidos não politizam, as escolas não ensinam, os Estados não protegem e as famílias relativizaram a sua função moral de acolhimento incondicional, ninguém opta pelo definitivo, a bússola que indica o caminho é o

prazer, um prazer tão efêmero como o impulso estético que o atrai.

Nesse panorama do “vazio”, no qual a filosofia, ou seja, a reflexão é substituída pela anedota, pela exposição do outro ao ridículo, os indivíduos se relacionam pelo “tato”, em resumo, quanto mais colorido, forte, frágil, bizarro, inusual for à imagem, maiores as chances de ser consumido pela sociedade. Quando o estranhamento do outro extrapola no campo associativo, formam-se guetos, tribos, turmas, redes, enfim, qualquer tipo de ambiente real ou virtual que permitam aos indivíduos apresentarem os seus invólucros performáticos. Em um lugar onde tudo é possível, ao passo que tudo pode acontecer, corre-se o risco de também não acontecer nada.

Mas, se para a leitura psicanalítica tradicional as neuroses provocadas pela busca do prazer poderiam conduzir o sujeito ao seu próprio aniquilamento. Não obstante, resistir a esse processo já seria um ganho existencial, caso *conseguíssemos “transformar a nossa miséria histórica em infelicidade cotidiana”* (FREUD, 1893-1895, *apud* MARCUSE, 1968, p. 211). Os indivíduos pós-modernos parecem ter encontrado uma saída razoável para o enfrentamento do processo de desintegração daquele mundo moralmente alicerçado na rigidez institucional.

A valoração da estética representa um mecanismo de manejo das neuroses na pós-modernidade. Se o mundo sólido se desmoronou ou encontra-se em processo de desmanche, a fluidez é a saída, independentemente se ela seja outra conformação neurótica, o fato é que sua maleabilidade restaura a sanidade da mesma. Se em outrora o engessamento religioso, a resignação sexual e a definição de um esquadro moral pré-definido regulavam a conduta e o íntimo das pessoas, hoje, vivemos à luz de um hedonismo paradoxal. A sociedade do terceiro milênio se alicerça no gozo, quanto mais ela persegue esse propósito, mais se depara com um vazio crônico. Repetindo e buscando algo que não se realiza, é na estética, no parecer ser, na indumentária, nos apetrechos e badulaques é que sustentamos o equilíbrio das nossas neuroses contemporâneas.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

-----, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação de pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

FREUD, Sigmund. *O ego e o id e outros trabalhos*. São Paulo: Ímago, 2012. 1ª edição 1923.

LACAN, Jacques. *O Seminário, Livro 20, Mais ainda*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

LIPOVETSKY, Gilles, *A Era do Vazio*. Lisboa: Relógio D'Água, 1989.

-----, Gilles. *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: BARCAROLLA, 2004.

MARCUSE, H. *Eros e civilização: uma interpretação filosófica do pensamento de Freud*. 3ª Ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1968.