

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
INSTITUTO DE PSICOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA SOCIAL E
INSTITUCIONAL

Marília Zancan Frantz

A pior ilusão possível: psicanálise, arte e espetáculo.

Porto Alegre

2016

Marília Zancan Frantz

A pior ilusão possível: psicanálise, arte e espetáculo.

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Psicologia Social e Institucional pelo Programa de Psicologia Social e Institucional da UFRGS.

Orientador: Prof. Dr. Edson Luiz André de Sousa

Porto Alegre

Mai de 2016

Marília Zancan Frantz

A pior ilusão possível: psicanálise, arte e espetáculo.

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Psicologia Social e Institucional pelo Programa de Psicologia Social e Institucional da UFRGS.

Banca Examinadora:

Prof^a Dra. Elza Maria Fonseca Falkembach (Unijuí)

Prof^a Dra. Liliane Seide Froemming (UFRGS)

Prof^a Dra. Inês Hennigen (UFRGS)

Prof.Dr. Edson L.A. de Sousa (Orientador)

Data de aprovação: ___ de _____ de 2016.

Agradecimentos

Agradeço ao meu orientador, Edson, pela aposta, pela paciência, pelos aprendizados e pela transmissão de utopias;

Aos colegas de turma e do LAPPAP pelas trocas e pela parceria;

Ao PPG de Psicologia Social e Institucional pela oportunidade de formação e à CAPES pela bolsa de pesquisa.

À banca examinadora, por aceitar ler estes escritos e ajudar a qualificar meu trabalho e minha formação acadêmica;

Aos amigos por todo apoio e incentivo, em especial ao Chico, pela troca de idéias, mesmo abaixo de chuva, sobre propaganda, publicidade, marketing e à Cecília, pela rede de apoio e pela ajuda com os conceitos das ciências sociais;

À minha família e principalmente aos meus pais, *por tudo*, por toda força ao longo desta jornada. À minha sobrinha Isadora, que ao me transformar em tia reforçou ainda mais meu compromisso ético com o futuro;

Ao meu namorado, Diego, pelo amor, pelo cuidado, pelo carinho, pelo abraço, pelo riso e pelos sonhos compartilhados, por dar mais vida aos meus dias.

Enfim, agradeço a todos aqueles que de alguma maneira contribuíram para este momento tão importante de minha formação.

“O empregado, o pequeno-burguês, de que se fala aqui, esse estrato de modo algum homogêneo, mas progressivamente homogeneizado, satisfaz-se em ter as necessidades que lhe são despertadas pela vitrine para ele modelada. Isso unifica todos os sonhos burgueses, mas novamente os racionaliza, mesmo na divagação mais longínqua, no litoral mais azul da agência de viagens e até mais além, de modo que eles não extrapolem a realidade dada”.

Ernst Bloch - O princípio esperança.

“Só o formato que é comum. Vou explicar pra vocês tudinho agora, pro mundo inteiro. É, cegaram o cérebro, o gravador sanguíneo de vocês, e o meu eles não conseguiram, porque eu to formato gente, carne, sangue, formato homem par, eles não conseguiram. É, a bronca deles é essa, do Trocadilo, do Trocadilo. O Trocadilo maldito, excomungado, hipócrita, safado, canalha, indigno, incompetente, sabe o que ele fez? Mentir pros homens, seduzir os homens, cegar os homens, incentivar os homens e depois jogar no abismo. Êta fogo, tá fogo! Foi isso que ele fez. Entendeu? Por isso que eu to na carne, pra sabe pra quê? Desmascarar ele com a quadrilha dele todinha. E derrubo! Derrubo, eu falo que eu derrubo porque eu derrubo mesmo. Quer me desafiar? É ruim, hein?! Ele é tão poderoso ao contrário, que eu, até depois de a carne velhinha desse jeito, feia desse jeito, boba desse jeito, ele ainda quer mais. Aqui...Ai,ai. É mole? Ser bobo rapaz!”

Estamira

RESUMO

Esta pesquisa nasceu da escuta clínica, de uma preocupação com o que os sujeitos compartilham entre si da cultura e que afeta sua maneira de sofrer. Num mundo globalizado, capitalista, no qual a vida das pessoas se organiza em torno do consumo, pela informação que chega “em tempo real” através de telas, e que a comunicação e o contato se dão cada vez mais de maneira remota, se colocou a questão da mediação do laço social pela imagem, a respeito dos diferentes tipos de imagens e os efeitos que produzem no sujeito e no laço social. A metodologia de pesquisa é a do ensaio, uma vez que o ato de escrever é que é a própria metodologia do trabalho: elaboração de leituras e pensamentos, que é engendrada no momento da escrita e não escapa de um endereçamento ao outro. Foram utilizadas como principais referências as obras de Jacques Lacan, Guy Debord e o trabalho do artista plástico Vik Muniz. Não houve pretensão de esgotar o tema de pesquisa proposto, uma vez que formular uma questão é sempre deparar-se em seguida com uma pergunta nova, mas apenas lançar considerações sobre o espetáculo enquanto uma relação capitalista com a imagem, e o papel da arte e da psicanálise na promoção de utopias que sirvam para abrir brechas no poder instituído.

Palavras-chave: laço social, psicanálise, arte, espetáculo, Vik Muniz

ABSTRACT

This research is born from clinical listening, from a concern about what the subjects share with each other from their culture and that affects their way of suffering. In a globalized world, capitalist, in which people's lives are organized around consumption, by incoming information "in real time" through screens and communication and contact are more and more remote, came the question about the mediation of the social bond by images, about the different types of images and the effects they produce in the subject and the social bond. The research methodology is the essay, since the act of writing is the very methodology of work: elaboration of readings and thoughts, which is engendered in the writing process and does not escape from being addressed to the other. Were used as the main references the theories of Jacques Lacan, Guy Debord and the work of the artist Vik Muniz. There was no pretension of exhausting the proposed research topic, since formulating a question is always being faced then with a new one, we just put in spot some considerations about the spectacle as a capitalistic relation to the image, and the role of art and psychoanalysis in promoting utopias that serve to open gaps in the established power.

Key-words: social bond, psychoanalysis, art, spectacle, Vik Muniz

Sumário

Introdução.....	9
O sujeito e o discurso capitalista: dos Embaixadores a Sebastião.....	15
Telas, Redes, Contatos e Conexões.....	29
Objetos (in)visíveis.....	42
Vik Muniz e a pior ilusão possível.....	53
Considerações finais.....	67
Referências Bibliográficas.....	75

Introdução

Não é uma tarefa fácil definir a origem de uma ideia, ainda mais para quem trabalha com psicanálise. É certo que as interrogações que me levaram a realizar o percurso de pesquisa que resulta neste trabalho me acompanham há muito tempo, de uma forma ou de outra. A relação do sujeito com o social sempre me interessou, e, desde a graduação, diversos enunciados como “o Outro é o social”, “O inconsciente é o discurso do Outro” ou “discurso é aquilo que produz laço social” ficaram ecoando, latentes, e demandando minha atenção. Assim, ao final de dois anos escutando pacientes durante a especialização em Atendimento Clínico realizada na Clínica de Atendimento Psicológico da UFRGS, e reconhecendo neles sujeitos tão singulares, ficava pensando no que será que tinham em comum, no que é que denunciava que eram membros da mesma sociedade. Pois bem: é indiscutível que vivemos em uma cultura capitalista, e Lacan inclusive apontou uma estrutura discursiva que nos ajuda a compreendê-la. Então, como era possível reconhecer os efeitos de tal discurso nos sujeitos que falavam? De que maneiras o capitalismo interfere na estruturação e no sofrimento dos sujeitos? Em um determinado momento me ocorreu que uma das coisas que os pacientes tinham em comum era o fato de que todos assistiam televisão, falavam de novelas, filmes, séries, propagandas, noticiários sensacionalistas. Através da televisão se informavam, se inspiravam, sofriam e nomeavam algumas de suas questões. Também tinham celulares, computadores, máquinas fotográficas e faziam uso das redes sociais – inclusive as crianças, e queixas sobre o uso maciço que estas fazem de tais dispositivos têm sido cada vez mais frequentes entre os pais. Desta forma, não foi por acaso que resolvi saber mais sobre o discurso capitalista e seus efeitos sobre o sujeito contemporâneo através de um diálogo entre a psicanálise e as idéias do filósofo francês Guy Debord a respeito do que este chamou de “sociedade do espetáculo”: o capital em tal grau de acumulação, que se torna imagem e que não diz nada além de que o que aparece é bom, e o que é bom aparece (1997). Mas, adverte Debord logo no início de seu livro, o espetáculo não é um conjunto de imagens, e sim uma relação social entre pessoas, mediada por imagens. Trata-se, muito mais do que imagens, de um certo estilo de relação em que a experiência estética aparece atrelada a uma ênfase maior naquilo que carrega em si do registro imaginário – aquele da identificação, e portanto, da alienação, do engodo. Lipovetsky e Serroy (2015) ilustram muito bem a ideia do que

chamam de um “capitalismo artista transestético”, hiperespetacular: a formação que liga o econômico à sensibilidade e ao imaginário; um sistema em que são desestabilizadas as antigas hierarquias artísticas e culturais, ao mesmo tempo em que as esferas artísticas, econômicas e financeiras se interpenetram. Os autores afirmam ainda que no reinado do capitalismo artista “se desenvolve ‘a estetização total da vida cotidiana’, a erosão das fronteiras entre a arte e a indústria, o estilo e o entretenimento, a arte e a vida de todos os dias, a arte de elite e a arte de massa” (LIPOVETSKY E SERROY, 2015, p.51). As estratégias de construção e venda de uma imagem palatável são compartilhadas por produtos, pessoas, empresas, bancos, universidades, laboratórios, partidos políticos, etc. Neste sentido, a publicidade, o marketing são os grandes paradigmas do espetáculo, e o espetáculo é a imagem e a melodia do capitalismo que nos consome, apropriando-se de nosso olhar, de nosso desejo, embotando nossas possibilidades de construção do pensamento.

Mas se o trabalho final da especialização deu conta de algumas perguntas, colocou muitas outras: se o sujeito contemporâneo é aquele que estabelece relações mediadas pela imagem, que imagens são possíveis? Será que a imagem alienante do espetáculo é a única que existe? É claro que não. Por mais difícil que seja de escapar da voracidade do capitalismo, ainda há esperança. Existe ainda a arte que nos propõe imagens desde outro registro, diferente daquele da comunicação eficaz e bem sucedida que busca não deixar brechas para o sujeito emergir. Mas mais do que propor imagens, a arte busca nos deixar frente a frente com aquilo que há nelas de problemático, perturbando uma determinada lógica de funcionamento que tenta fazer um nome corresponder à coisa. Se as imagens publicitárias (e suas derivações) produzem, como explica Maria Rita Kehl (2004b) o efeito de uma identificação entre “a massa” de consumidores através da proposição de uma imagem o mais vazia possível, com a qual todos possam identificar-se, apesar de suas singularidades, a arte, por sua vez, trabalha com o enigma, fala para o singular, opera com a possibilidade do mal-entendido, com pontos nos quais o sentido claudica trazendo à tona o sujeito diante da obra. Assim, imagens diferentes produzem efeitos diferentes, e é por isso que para pensar sobre a mediação do laço social pela imagem e os efeitos que pode produzir no sujeito, resolvi recorrer à arte em busca de ajuda para pensar. Como aponta Tânia Rivera, a arte é a passagem, a circulação entre sujeito e cultura, “a tensão que define essa relação e toca, portanto, no mal-estar na cultura, atualizando-o historicamente e fazendo política, ao

mesmo tempo que retoma, num malabarismo, a dupla e tensionada constituição do sujeito, na cultura” (RIVERA,2013, p. 367).

E foi assim que escolhi utilizar o trabalho de Vik Muniz como mediador do processo de escrita desta dissertação de mestrado, a partir do encontro com uma exposição sua em 2014 no Santander Cultural, em Porto Alegre. “Vik Muniz – O tamanho do mundo” apresentava desde trabalhos do início da carreira do artista, como a série Relicário (ou Relíquias) até obras de coleções mais recentes, como os Postais de Lugar Nenhum. As oposições e paradoxos do capitalismo atual se fazem representar no trabalho de Muniz: como um catador, ele recolhe nossas contradições, nossos restos, e com eles constrói sua obra, nos fazendo ver aquilo que não queremos saber. E para construir isso tudo se vale dos mecanismos do “hiper”, do espetacular: o macro e o micro, o lixo e o luxo, a grande arte reconstruída com elementos do cotidiano. Escolhe materiais que funcionam como significantes, e monta sua obra de maneira a nos confrontar com os significados conflitantes, nos expondo à nossa própria insuficiência, fragilidade, futilidade, aos nossos próprios clichês. Minha proposta não é apresentar uma análise da obra do artista, mas sim de aceitar a provocação que propõe e poder utilizá-la como instrumento para pensar sobre a imagem e sua relação com o sujeito e o laço social na contemporaneidade. As pessoas criam técnicas, e as técnicas criam novas formações sociais. Os meios de comunicação não surgem alheios à cultura que os inventa. E nem a cultura, nem a constituição do sujeito é inerte a eles. Mais do que transformar os sujeitos em consumidores, o espetáculo engendra formas de relações sociais, lógicas de pensamento.

É neste cenário que a obra de Vik Muniz, ao se apropriar e se posicionar no vértice de nossas contradições, assume relevância crítica e potencial utópico, se compreendermos que a função da utopia é a de questionar criticamente as formas, fazer emergir a sombra do instituído (SOUSA, 2007a), e que não se trata de legar a ela a função de salvar o mundo nos apresentando ideais a serem realizados, mas de ter nela uma espécie de lembrete que nos faz conscientes dos rumos para os quais estamos indo: talvez Flávio de Carvalho não tenha acabado com todas as procissões, mas com certeza sua Experiência n°II teve o potencial de tornar os fiéis conscientes da escolha da direção

de sua caminhada¹. O trabalho de Vik Muniz é um recorte emblemático do tempo do capitalismo atual. Seja pela crítica que possibilita com suas obras, seja pelo lugar que ocupa dentro da engrenagem capitalista. Muniz tem consciência do processo de apropriação que o capitalismo promove em todas as esferas da vida e das ilusões que cria e vende, e mantém uma posição crítica e reflexiva, mesmo que incapaz de destruir as prescrições e imposições da máquina capitalista – e nem sabemos se essa é sua pretensão. O que o artista afirma é que com seu trabalho busca desestabilizar o discurso imperativo das imagens. Para ele, aprendemos a mentir melhor do que a contar a verdade, e por isso se propõe a criar *a pior ilusão possível* como forma de desequilibrar o olhar que acredita naquilo que vê.

Vik Muniz acredita que será somente a partir de uma revolução na educação, que garanta um profundo conhecimento da imagem, que uma nova estrutura ética poderá surgir. Enquanto isso não acontece, enxerga como função do artista a difusão do conteúdo filosófico e do exercício especializado da imagem (MUNIZ, 2009). Indo neste sentido, o próprio método de construção da obra de Muniz é um jogo que põe o espectador em movimento. A fotografia, que apesar do *Photoshop*, evoca nossa relação com a objetividade do mundo científico e racional, é por ele utilizada para construir ilusões que não iludem, ou que só iludem até certo ponto, para em seguida se revelarem ao espectador, mostrando com certa ironia o jogo ao qual estamos sendo convocados cotidianamente, nos dando a chance de desestabilizar o lugar de verdade das imagens que comandam nossa vida nos convocando a crer nelas sem questionamento – aliás, o *Photoshop* traz à tona uma questão engraçada sobre o ser humano: sabemos que as imagens que vemos nas revistas e *outdoors* são alteradas e irreais, o que não nos impede de crer nelas e aceitá-las como ideais a serem realizados. O sofrimento que o *Photoshop* provoca vai ao encontro do que a psicanálise afirma ao destacar o papel fundamental da fantasia na realização do desejo.

Outra relação com a imagem se torna possível a partir do momento em que o artista consegue provocar uma “segunda olhada” sobre as obras que apresenta. Muniz diz que espera que o “*double take*” que busca produzir com suas imagens desperte o observador para situações semelhantes com outras imagens. “A obra, à maneira de uma

¹ Flávio de Carvalho (1899-1973) foi um artista modernista brasileiro. Em 1931 caminhou de chapéu no contrafluxo de uma procissão de Corpus Christi em São Paulo, experiência relatada e analisada pelo artista no livro *Experiência nº2*, publicado naquele ano.

vacina, é feita dos mesmos agentes retóricos que outras imagens, mas atua como um anticorpo administrado para ajudar o público a acumular defesas críticas contra a ilusão ardilosa de significados pictóricos na mídia contemporânea” (MUNIZ, 2007, p.50). Assim, trata-se da “pior ilusão” porque seu objetivo é empregar os piores atores possíveis e produzir ilusões que revelam os diversos elementos que as compõem. Revelação que depende do olhar um pouco mais demorado e atento do espectador, que depende de um instante, mas não se dá instantaneamente – a arte nos convoca também a desenvolver uma outra relação com o tempo.

Proponho-me, portanto, a ver o que posso aprender sobre as imagens da mídia espetacular a partir da experiência de aproximação com o mundo das imagens da arte, de quais maneiras minha própria relação com a imagem pode ser afetada por este percurso. Inserido no campo da psicanálise, neste trabalho não se trata de tentar “aplicá-la” para explicar um fenômeno social, mas antes, de buscar nas produções e fenômenos sociais elementos que ajudem a pensar o sujeito na sua relação com o Outro. Pesquisar o social – a cultura, a arte, a política – é uma forma de pesquisar o Outro, tentar dar-lhe forma.

A respeito da metodologia adotada na realização desta pesquisa, logo fica claro que não tive aqui o objetivo de esgotar a bibliografia existente sobre o assunto (tarefa que seria impossível, pois lançar uma pergunta é sempre deparar-se com outra): apenas recorri à algumas obras que me ajudassem a pensar. Assim, talvez dizer que o que busquei realizar trata-se de um ensaio seja mais preciso, uma vez que o ato de escrever é que é a própria metodologia do trabalho: elaboração de leituras e pensamentos, que é engendrada no momento da escrita e não escapa de um endereçamento ao outro. A respeito do ensaio e da escrita acadêmica, Larrosa diz que “A imagem dogmática do conhecimento e do pensamento oculta que o que fazemos na maior parte do tempo é ler e escrever. E oculta, supondo que já sabemos ler e escrever”, como se ler não fosse outra coisa senão compreender o pensamento, as idéias, o conteúdo ou a informação que há no texto, e escrever não fosse outra coisa senão esclarecer o que já foi pensado ou averiguado, ou seja, o que já se pensa e já se sabe (LARROSA, 2003, p.108). E não é nada disso... A escrita é o próprio processo de elaboração do pensamento, e não apenas seu resultado.

O texto da dissertação é um ensaio, porque se nasce de uma preocupação com o que os sujeitos compartilham entre si da cultura e que afeta sua maneira de sofrer, há

que se levar em consideração que esta preocupação vem de uma escuta singular, de minhas próprias inquietações. Fossem outras, e eu não me preocuparia com o que os pacientes compartilham entre si, mesmo que nem se conheçam. É por isso que talvez a escrita permeada pela psicanálise não possa ser outra coisa que não um ensaio: não é possível produzir uma pesquisa asséptica, duplo-cega, randomizada. Se no *setting* analítico não é o saber do analista aquele que importa, se no percurso de uma análise quem realiza o trabalho é o paciente, se o saber está do lado daquele que fala, no percurso de produção de uma pesquisa quem fala é o pesquisador, logo, trata-se de trabalhar a partir de suas paixões, de seu sofrimento. Adorno (2003, p.16) fala que o ensaio em vez de alcançar algo cientificamente ou criar artisticamente alguma coisa, espelha a disponibilidade de quem, como uma criança, não tem vergonha de se entusiasmar com o que os outros já fizeram. É assim que vejo este trabalho: como uma tentativa de seguir pelos caminhos que me levam minhas inquietações frente ao mundo, num percurso que até poderia ser outro, mas foi este. Adorno aponta que o ensaio não começa com Adão e Eva, mas com aquilo sobre o que o ensaísta deseja falar; “diz o que a respeito lhe ocorre e termina onde sente ter chegado ao fim, não onde nada mais resta a dizer: ocupa, deste modo, um lugar entre os despropósitos”. (ADORNO, 2003, p.17). A arbitrariedade da interpretação constitui, assim, o limite e também a potência do trabalho (COELHO & SANTOS, 2012).

Nas três primeiras partes deste escrito busquei abordar as relações entre indivíduo e sociedade, a estruturação do sujeito a partir do Outro, o laço social resultante do discurso capitalista, os efeitos do espetáculo e a relação com a imagem. Porém, em cada uma tentei enfatizar um aspecto desta equação. Na primeira, dei mais ênfase às questões de estruturação; na segunda parte busquei refletir sobre as relações do sujeito a partir dos meios de comunicação; na terceira tentei abordar a questão de como se dá a regulação do desejo pela via do consumo. Na quarta parte do trabalho apresento um pouco sobre a trajetória de Vik Muniz e busco refletir um pouco sobre as questões que sua obra suscita. Pois bem: esclarecidas as origens, motivações e pretensões desta dissertação, sigamos adiante.

O sujeito e o discurso capitalista: dos Embaixadores a Sebastião.



“O que Marx denuncia na mais-valia é a espoliação do gozo. No entanto, essa mais-valia é o memorial do mais-de-gozar, é o seu equivalente do mais-de-gozar. A sociedade de consumidores adquire seu sentido quando ao elemento, entre aspas, que se qualifica de humano se dá o equivalente homogêneo de um mais-de-gozar qualquer, que é o produto de nossa indústria, um mais-de-gozar – para dizer de uma vez – forjado” (LACAN,[1970],1992, p.84).

Freud há muito tempo já falava da importância de a psicanálise se ocupar das mudanças ocorridas na cultura. Logo no primeiro parágrafo de *Psicologia das Massas e Análise do Eu* aponta que o contraste entre a psicologia individual e social perde sua nitidez quando analisado mais de perto, e que apenas em raras ocasiões a psicologia individual se encontra em posição de desprezar as relações que o indivíduo estabelece com os outros, ou seja, com o social. “Algo mais está invariavelmente envolvido na vida mental do indivíduo, como um modelo, um objeto, um auxiliar, um oponente, de maneira que, desde o começo, a psicologia individual [...] é, ao mesmo tempo, também psicologia social” (FREUD, [1921]1996, p. 81). Jerusalinsky (2011) lembra-nos que o

sujeito faz sintoma, no sentido clínico, pela intersecção de sua forma de resolver seu fantasma com o discurso social e que o sintoma do sujeito, portanto, não é individual, embora seja singular o modo como faz esta combinação. Em sua releitura de Freud, Lacan vai explorar as relações do sujeito com o campo do Outro – campo daquilo que o antecede e lhe é exterior, campo da linguagem, constelação de significantes, do que ordena os sexos, as gerações, as relações de parentesco – e no qual, portanto, podemos incluir as normas sociais e as leis da cultura. Outro que é uma abstração estruturada pela linguagem, que pode ter seu lugar representado pelos mais diversos personagens em diferentes momentos constitutivos – Mãe, Pai, Supereu, etc.

O sujeito é resultado da inscrição de uma falta no campo do Outro: se ele existe é porque alguém o desejou, e se foi desejado é porque há algo que falta. Então, a partir do momento em que se pergunta *O que queres tu de mim?* o sujeito realiza uma construção fantasmática ($\$ \langle \rangle a$) através da qual busca resolver o enigma deste desejo que supõe existir no Outro, numa tentativa de colocar-se como o objeto capaz de satisfazer a falta, e assim fazendo de si próprio um objeto desejado. Mas satisfazer este desejo não apenas é impossível, visto que em última instância é efeito de linguagem, como também é mortífero: o sujeito só existe por diferenciar-se deste objeto que se crê destinado a ser. Na passagem do narcisismo primário para o secundário, o sujeito perde o lugar imaginário de Eu Ideal capaz de satisfazer plenamente o Outro para orientar-se simbolicamente pelo Ideal do Eu – em algoritmos lacanianos I (A). O lugar de objeto de desejo do Outro, portanto, não está garantido, e é preciso mover-se, buscá-lo, pois, por ser mítico, está sempre em outro lugar. Ideal do Eu que no final das contas é sempre Ideal do Outro, Outro que comanda o gozo do sujeito uma vez que este busca fazer-se de objeto *a* – objeto a fazer o Outro gozar, objeto que o sujeito toma para si como causa de seu próprio desejo; desejo que, então, também é sempre o desejo do Outro. No processo de constituição subjetiva sempre resta algo de alienação. Freud apontava como resultado desta passagem do narcisismo primário para o secundário a constituição do Supereu, conceito ou instância que, neste momento, se confunde com o que Lacan nomeou *o Outro*.

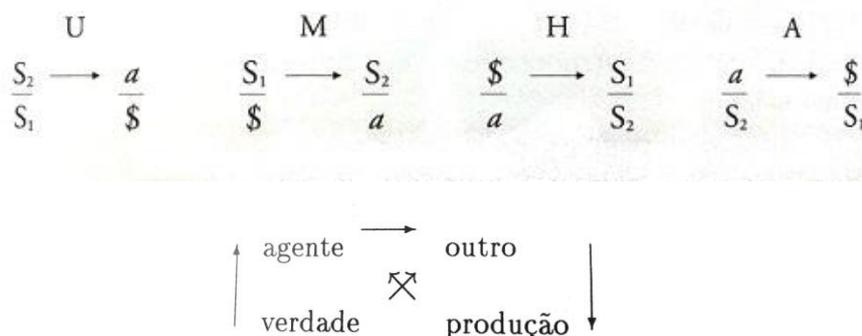
O inconsciente é o discurso do Outro, explica Lacan em diversos momentos de sua teorização, sendo um deles encontrado em *A instância da letra no inconsciente ou a razão desde Freud* (Lacan [1957],1998). Em 1955, quando profere seu seminário *O eu na teoria de Freud e na técnica da psicanálise*, Lacan explica que o discurso do outro

(escrito com *o* minúsculo, mesmo) não é o discurso do outro abstrato, da díade, de meu correspondente e nem simplesmente o de meu escravo, mas sim o discurso do circuito no qual estou integrado e do qual sou um dos elos (LACAN [1955], 2010). O circuito a que Lacan se refere é aquele da transmissão da falta que o sujeito é condenado a repetir e encarregado de transmitir, e no qual se acham presos uma família, um bando, uma facção, uma nação inteira ou metade do globo. “Forma circular de uma fala, que está justo no limite do sentido e do não sentido, que é problemática” (LACAN [1955], 2010, p.127). Lacan aborda essa ideia de circuito para apontar como discurso a repetição daquilo que se situa para além do princípio do prazer, e que inscreve o gozo nos deslizamentos da cadeia significante – significantes estes que são herdados e também transmitidos pela estrutura da linguagem. E, o discurso do pai, que cometeu faltas que o filho é fadado a repetir, é o que se chama superego (ou Supereu). Já no Seminário de 1972, *Mais, ainda*, Lacan vai falar que “nada força ninguém a gozar, senão o superego. O superego é o imperativo do gozo – Goza!” (LACAN, [1972], 2008, p.11). As possibilidades de gozo do sujeito, encontram-se, portanto, sob o domínio da Lei, da interdição promovida pela inscrição do significante que Lacan chamou o Nome-do-Pai. Se em termos de estrutura de linguagem que permite o surgimento do sujeito falamos de uma impossibilidade de gozo pleno como garantia de sua existência, quer dizer, impossibilidade de relação direta com o objeto *a* – pois uma vez que obtivesse sucesso em obturar a falta do Outro o próprio sujeito se aniquilaria – Freud ([1930],2010), por sua vez, aponta em *O Mal Estar na Cultura* que a renúncia a satisfação plena do desejo é condição para o laço social. Temos, desta forma, uma condição para existência que passa a ser tomada como escolha no âmbito superegóico, mesmo que escolha forçada. *A bolsa ou a vida*, diz Lacan. O laço social só é possível entre sujeitos.

Pois bem: laço social. *Discurso é o que produz laço social*, diz o enunciado. De acordo com Lacan (1992), o sujeito é determinado por um número mínimo de elementos constitutivos (*S1*, *S2*, *\$*, e *a*) que dentro de cada época, e em diferentes momentos, se organizam de uma maneira particular sob a forma de uma estrutura discursiva. Discurso refere-se a uma estrutura necessária, que ultrapassa os limites da palavra e subsiste em certas relações estáveis que se constituem no âmbito da linguagem, no interior das quais, diz, inscreve-se algo bem mais amplo do que as enunciações efetivas – afinal, não é preciso proferir palavras para que atos e condutas estejam inscritos no âmbito de certos enunciados primordiais. E pergunta Lacan: “Se

não fosse assim, o que seria do que encontramos na experiência, especialmente a analítica [...], o que seria do que se encontra para nós sob o aspecto do supereu?” (LACAN,1992, p.11). O conceito de discurso vem para dar conta da estrutura daquilo que se passa entre um significante e outro e que produz um sujeito barrado pelo fato de que fala, $\$$. A estrutura discursiva é o que organiza as condições do laço social, do vínculo entre sujeitos.

O sujeito é aquilo que um significante representa para outro significante, afirma Lacan em diversos momentos. E ao longo de seus seminários, foi incluindo elementos para explicar esta operação, até que chegou à formulação dos quatro discursos – mestre, histórica, universitário e analista – que se organizam através de uma forma fundamental, a qual chamou de estrutura (Lacan, 1992). A estrutura discursiva proposta por ele para formalizar como se dá esta operação de linguagem que resulta no sujeito do Inconsciente, é aquela que chamou de Discurso do Mestre. Lacan se inspira na dialética do senhor e do escravo de Hegel e no conceito de mais-valia de Marx para articular este discurso, e é através de quartos de giro na ordem dos elementos da estrutura que os demais irão se constituir.



O mestre é aquele que se crê um e indiviso, desconhecendo que há algo que lhe escapa e faz dele um sujeito sempre em falta. Neste sentido é a estrutura que formaliza tanto a construção do sujeito pela via edípica, quanto o surgimento na História do sujeito com o qual a psicanálise se ocupa, mas anteriormente abordado de diferentes formas por outros saberes. A psicanálise, por sua vez, vai nascer a partir da histeria, discurso que é formalizado no primeiro quarto de giro. No princípio, inspirado, segundo Chemama (1997), por uma estrutura algébrica denominada “subgrupo de Klein”, com rígidas leis de composição, Lacan propôs a existência de somente quatro discursos,

causando estranheza mais tarde ao apresentar o Discurso Capitalista, decorrente não de um giro, mas de uma torção no Discurso do Mestre, invertendo os lugares de S_1 e $\$$.

$$\begin{array}{ccc} \uparrow & \frac{\$}{S_1} & \times & \frac{S_2}{a} & \downarrow \end{array}$$

Em *O Averso da Psicanálise*, Lacan aponta “que o que se opera entre o discurso do senhor antigo e o do senhor moderno, que se chama capitalista, é uma modificação no lugar do saber” (LACAN, [1969], 1992, p.32). Para ele, a doutrina de Marx sobre a luta de classes não impediu que dela nascesse a manutenção do discurso do senhor. Neste momento, Lacan não aponta uma estrutura própria ao capitalismo, mas aponta que este novo discurso do senhor se instala, como burocracia, como uma nova tirania do saber, que restitui ao proletário/escravo, seu saber como saber de senhor, o que é representado de acordo com o que indica pela estrutura do Discurso Universitário. O saber do proletário, a exploração capitalista frustra, torna-o inútil, e é por isso que ele não faz mais do que trocar de senhor. A verdade encontra-se agora naqueles que substituem o antigo escravo, pelos que são eles próprios produtos consumíveis pelo sistema. “*Sociedade de consumo*, dizem por aí, *Material humano*, como se enunciou um tempo – sob os aplausos de alguns que ali viram ternura” (LACAN, [1969]1992, p.33).

Mais adiante em seu seminário, Lacan explica que na passagem que faz com que S_1 deixe de ser o senhor para tornar-se o rico, o saber não passa de aparelho de exploração. A acumulação de capital começa a partir de uma mudança no discurso do mestre que faz com que o mais-de-gozar passe a ser contado, contabilizado, totalizado (LACAN, [1970] 1992, p.189). Lacan aponta que nesta mudança, a impotência da junção entre o lugar da verdade e o mais-de-gozar é esvaziada, e a mais-valia se junta ao capital – e todos nós, que compartilhamos este tempo, estamos imersos nisso. Para ele, o que é chocante nisso tudo, é que o significante-mestre, por terem sido dissipadas as nuvens da impotência, aparece como mais inatacável justamente em sua impossibilidade. “Onde está ele? Como nomeá-lo? Como discerni-lo, a não ser, evidentemente, por seus efeitos mortíferos? Denunciar o imperialismo? Mas como pará-lo, este mecanismo tão pequeno?”, pergunta. (LACAN, [1970] 1992, p.189).

Foi somente em 1972, em sua *Conferência em Milão*, que Lacan falou pela primeira vez sobre um quinto discurso que chamou de Discurso Capitalista, ao qual também faz referência em *Televisão (1973)*, marcando o estágio do desenvolvimento do

capitalismo no qual a acumulação do capital tornou-se norma, e que a mais-valia é o que faz o sistema capitalista alçar voo. A formulação deste quinto discurso causou espanto e provoca controvérsias até hoje, uma vez que foge completamente da formalização estrita que organiza os outros quatro. Há quem diga que foi uma proposição séria de Lacan, e outros que o encaram como um ato falho, e não há consenso sobre a escritura deste matema. Aqui, no contexto deste trabalho, pouco importa a rigidez da regra que só permitiria a existência de quatro discursos, pois o capitalismo existe para além de qualquer abstração teórica e produz efeitos, e, além do mais, seria no mínimo estranho alguém que se propõe a trabalhar com a psicanálise ignorar a verdade que se manifesta nos atos-falhos... Como bem aponta Ricardo Goldenberg (1997), as estruturas algébricas serviam a Lacan para veicular e transmitir suas elaborações, e não há motivo nenhum para nos prendermos a elas se não funcionarem para veicular nossas próprias idéias, uma vez que não falam por si mesmas. O que nos interessa em primeiro lugar é que há uma ordem político-econômica denominada capitalismo, que não é sem efeitos. A estrutura chamada de Discurso Capitalista serve como ferramenta para pensá-la. Chemama (1997), um dos que a levou à sério, supõe que se Lacan recorreu a ela, quebrando a própria regra de que existem somente quatro discursos, foi porque percebeu que o Discurso do Mestre já não dava mais conta das formas que assumia o capitalismo contemporâneo e nem das relações sociais que determinam o que é o sujeito hoje. A diferença que se marca entre o Discurso do Mestre e o Discurso Capitalista seria decorrente da evolução deste sistema econômico que dominou os quatro (ou cinco?) cantos do mundo.

No discurso capitalista se estabelece uma relação em que o sujeito se dirige a um saber que lhe entrega o produto capaz de resolver sua falta, como se não houvesse disjunção entre o lugar do produto e o da verdade. Daí a dificuldade de questionar certas lógicas, de abrir brechas em determinadas posições de fala. Ao contrário do discurso da histeria, no qual o saber produzido não dá conta da verdade do objeto causa de desejo do sujeito que se encontra no lugar do agente, no discurso capitalista o objeto de desejo dá conta de prover imaginariamente o gozo do sujeito consumidor, na medida em que este se dirige a um saber que lhe entrega o objeto que foi designado para desejar. O vetor que vai do lugar da produção ao lugar do agente nos mostra um sujeito submetido ao objeto sem que este vetor represente uma relação de impossibilidade, como é no caso do Discurso do Analista, por exemplo, onde também há um vetor entre $\$$ e a (em todos

os quatro Discursos, com exceção do quinto, o vetor que vai na direção do agente para o Outro representa uma relação de impossibilidade de comunicação total, e entre os lugares da verdade e do produto não há vetor pois há uma relação de impotência, já que nenhum produto dá conta da verdade). Acontece que o sujeito no capitalismo desconhece que por trás deste circuito o verdadeiro mestre é o capital, que detém também uma relação direta com o saber que indica ao sujeito quais objetos irão lhe satisfazer, e goza junto a cada ato de consumo que o reedita e o legitima neste lugar de verdade. Lógica esta que não fica restrita ao consumo de mercadorias no shopping ou supermercados, mas se expande para todas as áreas em que o lucro passa a comandar soberano a organização das instituições.

Mas para garantir o gozo do capitalismo, a falta do sujeito, seu mal-estar, a brecha em seu desejo, precisa ser constantemente reeditada. A obsolescência do objeto de desejo é programada pelo Mercado. Podemos pensar que há uma apropriação econômica do circuito pulsional do sujeito de desejo. Não apenas o sujeito é eternamente insatisfeito, mas também o Mercado, grande Outro, com sua fome de crescimento a qualquer custo e insaciável. Lacan, na *Conferência em Milão*, que chamou “Do discurso psicanalítico”, situa o discurso capitalista como o substituto do discurso do mestre, e o anuncia em crise, isto é, uma crise inerente ao discurso capitalista: é astucioso, mas destinado a explodir, insustentável porque anda rápido demais, se consome tanto que se gasta (no original: “...*ça se consomme, ça se consomme si bien que ça se consume*”) (LACAN, 1972). É a mais-valia, o mais-de-gozar que enquanto gozo perdido tanto pelo mestre quanto pelo sujeito, faz o capitalismo alçar voo. Nada pode escapar de sua voracidade, e ele se especializa em lucrar com cada resto, com cada sobra que descobre. Por outro lado, também é possível a leitura de que o que o sujeito busca através do consumo é justamente a reedição de uma falta, de uma brecha para o desejo reinstalar-se: diante do objeto de desejo, ele se reconhece como faltante. O outro (da propaganda) tem o que eu não tenho. E a cada objeto, cada *gadget*, cada medicação, que não dá conta de resolver seu mal-estar, evidencia-se que o buraco é mais embaixo. Constitui-se praticamente um jogo histórico, mas no lugar do mestre está a técnica, o saber que produz novos produtos, que ao prometer e até efetivamente eliminar as manifestações sintomáticas da falta fundante do sujeito, só reforçam a angústia, deslocando os sintomas. O sujeito não conta mais como ser falante, apenas como público consumidor. Queixas comuns, as crises de ansiedade, os transtornos do

pânico, a insônia, surgem muitas vezes exatamente naqueles momentos em que o Outro falhou em apontar uma resposta, e o sujeito então também aparece em toda sua incompletude, mas não sabe como lidar com isso.

Pois bem: se no discurso do mestre as possibilidades de gozo são frustradas por uma impossibilidade estrutural inerente à entrada na linguagem, marcadas pela interdição que coloca o superego no comando de um gozo que só pode ser parcial, pois orientado por um inatingível Ideal do Eu, é de se perguntar o que acontece quando este lugar que é o reduto da Lei, e que comanda o gozo do sujeito pela via da interdição, da impossibilidade de satisfação plena, é ocupado pelo Mercado, com sua promessa de resolução do desejo, de realização do Ideal do Eu, restituindo ao sujeito o lugar de Eu Ideal – que quase se confunde com um lugar *seu por direito*. *Goza!* Este é o imperativo tanto do Superego quanto do Mercado, mas há entre eles uma diferença radical. Sem o imperativo de renúncia ao gozo pleno, que modalidade de laço social é possível? Kehl (2009) vem apontar que hoje, no atual estágio do capitalismo, o que se vende (e que situa o sujeito diante dos outros, garantindo reconhecimento) não é mais a mão de obra, mas é seu valor de gozo: a capacidade de vender a si mesmo como objeto de gozo para o Outro. E esta é a essência da sociedade do espetáculo conforme a caracterizou Guy Debord em 1967. Para Debord ([1967]1997) o espetáculo é o meio e fim do modo de produção vigente, que captura a vida humana através da imagem, deixando ao sujeito o lugar de espectador/consumidor – pois é pelo “ter” que se dá a ver ele próprio como espetacular (e consumível). Segundo o autor, em um primeiro momento da dominação da economia sobre a vida social se deu um deslizamento do ser ao ter, não sendo mais a tradição, e sim as posses, o que definia toda realização humana. Num segundo momento, a economia capitalista dominou completamente a vida social, e houve um novo deslizamento, agora do ter para o parecer: é daquilo que dá a ver que todo ter extrai seu prestígio. A realidade individual só faz sentido na medida em que pode ser compartilhada através do olhar do outro. Em sua tese dezoito Debord afirma: “O espetáculo, como *tendência a fazer ver* (por diferentes mediações especializadas) o mundo que já não se pode tocar diretamente, serve-se da visão como o sentido privilegiado da pessoa humana [...]. É o contrário do diálogo.” (DEBORD, 1997, p.18).

O olhar, como aponta Lacan ([1964] 2008), é precisamente o objeto da pulsão escópica, que se manifesta porque há uma esquizo entre o olho e o olhar, uma diferença importante entre a visão, o ver, e o olhar. O olhar se apresenta como uma estranha

contingência, diz, como algo que escorrega da visão, da via ordenada das figuras da representação, da apreensão que a visão faz de si mesma imaginando-se como consciência. O júbilo narcísico com a imagem especular comporta sempre uma dimensão de alienação, de desconhecimento característica do registro imaginário. Nesta contemplação da plenitude especular, Lacan aponta que o que é eludido é justamente a função do olhar, o olhar enquanto puro desejo do Outro. Somos seres olhados no espetáculo do mundo, afirma. Aquilo que nos faz consciência nos institui no mesmo golpe como *speculum mundi*. Não haverá satisfação, pergunta Lacan ([1964], 2008, p. 78), em estar sob esse olhar que nos discerne, faz de nós seus olhados, mas sem que isso se mostre? Quando este olhar se mostra, aí se produz o estranhamento.

Não é à toa que Lacan coloca o que chama de estádio do espelho como o formador da função do eu. E o espelho, como sabemos, para além do objeto concreto que reflete nossa imagem, é função desempenhada pelos semelhantes e metáfora de nossa relação com o Outro. Estamos, desde muito cedo, submetidos ao olhar do Outro, e o olhar como objeto *a* é o que resta do movimento primordial de separação do Outro e que resulta no sujeito de desejo, antes mesmo da elaboração de qualquer demanda. Lacan ([1964], 2008) aponta que enquanto só vejo de um ponto, em minha existência sou olhado de toda parte. Há, portanto, uma dimensão de angústia neste olhar que repousa sobre o sujeito. É preciso que se produza um anteparo, isto é, algo que proteja o sujeito deste olhar que o toma por todos os lados, que o invade como desejo do Outro, em toda dimensão mortífera que comporta. E o anteparo é a construção da imagem (seja do espelho, seja da tela), que se dá a meio caminho entre o olho do sujeito, e aquilo que o olha, explica o psicanalista. A imagem é feita para o olho e convoca uma deposição do olhar, funciona como um mediador entre o sujeito e o Outro, resultando num certo apaziguamento do sujeito, por seu efeito de construção de um contorno, de uma borda. Separa, mas também é por onde se torna possível o contato, a alteridade. E esta imagem tanto pode ser compreendida como a imagem corporal, a imagem inconsciente do corpo, quanto, como demonstra Lacan, o de que se trata, ou se tratou por muito tempo, na pintura, na função do quadro, e que por analogia podemos compreender também que é a função da fantasia ou fantasma do sujeito.

Provavelmente Lacan e Debord não tomam as palavras *olhar* e *espetáculo* da mesma forma, sendo que o que este último busca destacar ao longo de sua obra é justamente a predominância do caráter alienante das imagens que se colocam como

meio e fim da produção capitalista. Já Lacan chama nossa atenção para o complexo jogo que se constitui no campo escópico, o qual busca demonstrar através do exemplo do *trompe l'oeil* produzido pela anamorfose presente no quadro *Os Embaixadores*, de Hans Holbein, pintado em 1533. Nesta obra temos retratadas duas figuras importantes em seu tempo, um embaixador e um religioso, cercados por objetos igualmente importantes em uma época que dizia adeus à Idade Média e sentia soprar os novos ares do Renascimento. Mas a harmonia da obra que parece retratar de maneira tão bela as questões que permeavam a sociedade de então é quebrada por uma estranha mancha posicionada entre os dois homens, e cujo mistério só pode ser desvelado a partir de um movimento do observador que o coloque em uma determinada posição em relação ao quadro. É preciso um olhar oblíquo para dar-se conta de que a mancha que perturba a ordem da obra é na realidade uma caveira que nos olha. E é aí que reside a verdadeira potência deste quadro. Enquanto todo o restante da obra pode ser entendido como um deleite para o olho, ao quebrar a ordem do quadro e destoar de todo o resto, a mancha cria um enigma que nos atinge e mostra a que veio ao nos olhar do fundo das órbitas de uma caveira. Num tempo em que as leis da perspectiva construía a imagem a partir de linhas de fuga ordenadas por um olho centralizador, através da anamorfose Holbein faz um uso invertido da perspectiva, colocando o observador no lugar deste olho ordenador para onde convergem as linhas retas que formarão a imagem. É aí que o olhar pode retornar ao sujeito desvelando o real em toda sua dimensão mortífera. É a brecha que se abre no anteparo.

Para Lacan ([1964], 2008), a relação do olho com o olhar é precisamente a de um logro do último sobre o primeiro. A potência *do trompe l'oeil* da anamorfose não está no realismo da imagem que apresenta, mas no desvelamento da ilusão que provoca. A partir do deslocamento de nosso olhar, que se dá conta de que o que parecia ser, na verdade é outra coisa, a imagem abre uma brecha, permitindo o observador advir como sujeito, pois não há mais a totalidade do signo, da representação. Há ali uma lacuna que só se abre na sua presença e evidencia que não há semelhança, somente uma radical diferença. Há algo que é impossível representar. É isto que permite que a imagem se proponha como crítica da imagem, e tenha sobre o sujeito, efeito de linguagem. Neste sentido, o *trompe l'oeil* é uma técnica dialética, que se insere naquilo que Rivera (2013) nos explica ao falar de imagem-muro e imagem-furo: toda formação do inconsciente ao mesmo tempo em que esconde, revela. E com a arte, na proximidade que guarda com o

que é da ordem da fantasia, não é diferente. A imagem-muro é véu, aquilo que encobre, faz obstáculo à verdade, mas que, por entre sua trama, em suas lacunas, permite advir a imagem-furo, aquela que desvela, que mostra, que traz à tona o real, fazendo tropeçar aquele que a olha, e que se sente, então, olhado.

É este deslocamento do olhar, esta virada na ilusão da imagem que se desvela, que Vik Muniz chama de *double take* e que aponta como o movimento que busca captar e produzir em quem se depara com suas obras. O trabalho de Muniz se insere na “tradição” do *trompe l’oeil*, para construir, como ele diz, ilusões que não iludem. Com o *trompe-l’oeil* o que se busca é criar uma ilusão, algo que se apresenta como outra coisa do que de fato é, mas em que a representação não acompanha a ilusão provocada no olhar, e se revela, para então apresentar-se como sendo outra coisa. Esta outra coisa é o objeto *a*. Objeto causa de desejo, mas também dejetivo no sentido que é aquilo que se desprende de nosso corpo, de nossa relação com o Outro. O real retorna na obra de Vik Muniz através de imagens hiperbólicas, hiper-realistas, sempre carregadas de uma ironia que já começa com a escolha dos materiais e permeia todo o processo de criação, e que por vezes é engraçada e por vezes é ferina, atingindo bem onde o calo aperta mais.

Se na obra *Os Embaixadores* Holbein nos apresentou uma cena com dois senhores, sujeitos típicos de uma época em que o discurso do mestre ainda prevalecia na determinação dos laços sociais, e a burguesia começava sua ascensão, Muniz nos apresenta *Marat (Sebastião)*, de 2008. Olho para a obra e a primeira coisa que vejo é uma montanha de lixo sufocante, em meio à qual se ilumina a figura de um homem desfalecido. É só na figura deste homem que vejo luz, que vejo uma brecha por onde é possível respirar. Ali o caos dos objetos dá um tempo e uma imagem se forma produzindo um pouco de alívio diante da tensão do quadro. Ou talvez tenha sido o próprio homem quem impôs um pouco de ordem a partir de sua existência. Um homem desfalecido que escrevia em meio aos restos da civilização, cujos próprios contornos são feitos por materiais retirados do lixo. Selecionados. Enquanto no restante do quadro reina uma desordem aleatória, a imagem do homem pode advir porque alguém se ocupou de ordenar escolhas feitas a partir do que o caos oferecia. Dentre os dejetos caídos do mundo, fez-se uma brecha, um sujeito que escreve, embora inconsciente. Não sei quem foi Marat, mas associando o nome russo com a imagem, penso num escritor ou num revolucionário. E quem é Sebastião, entre parênteses no título da obra? É ele a verdade por trás de Marat?

A obra assinada por Vik Muniz é uma releitura de *A Morte de Marat* ou *Marat Assassinado* pintada por Jacques-Louis David em 1793 em homenagem ao seu amigo assassinado – que não era russo, mas era jornalista e importante figura da Revolução Francesa – e faz parte da série *Imagens de Lixo*, um desdobramento da série de 2006 *Imagens de Sucata*, que se deu a partir do convite para participar do projeto que resultou no filme *Lixo Extraordinário*, dirigido por Lucy Walker, João Jardim e Karen Harley, lançado em 2010. Quem assiste ao filme sabe quem é Marat, ou Sebastião: catador de materiais recicláveis no lixão Jardim Gramacho, no Rio de Janeiro – o maior aterro sanitário da América Latina de então, desativado em 2012 – e líder de uma cooperativa de catadores que ali trabalhavam. Conhecido como Tião, sua história com o lixão começa quando seu pai perde o emprego e a mãe, com apenas a quarta série completa, não consegue sustentar a família com o salário de empregada doméstica e passa a trabalhar como catadora, tornando-se mais tarde uma das líderes e pioneiras do movimento de catadores. Tião desejava estudar, não queria ser catador. Mas a discriminação sofrida na escola por ser filho de uma catadora o fez abandonar os estudos. Teve diversos empregos, até retornar ao lixão, onde encontrou um cenário diferente daquele de quando partiu: agora havia uma cooperativa, na qual pôde se engajar e retomar os estudos.

Negro, pobre, evadido da escola, catador: assim como os outros trabalhadores que fizeram parte da produção da série *Imagens de Lixo*, Tião faz parte de um grupo social que muitas vezes é ele próprio tratado como lixo, não só no Brasil, mas no mundo. Pessoas que sofrem com a invisibilidade social, que não tem assegurado seu direito de fazer parte do cenário da cidade, sendo sempre empurradas para as margens. Resultado da exploração de uns para garantir o conforto de outros, são um lembrete que não queremos ver do que há por trás de nossos privilégios. Então o próprio título da série de fotografias já coloca um incômodo com a possibilidade de um mal-entendido. Parafraseando Manuel Bandeira, o lixo, meu Deus, era um homem. O lixo nos olha.

O lixo, diz Muniz (2015, p. 692), conta aquela história que não vai para o álbum de fotografias, é a face negativa da humanidade, com a qual a arquitetura e o urbanismo tem de lidar em algum momento, resolvendo pela ocultação a consequência de nossos excessos, e nos organizamos para que esses exageros, embora cada vez maiores, pareçam inexistir. E então Vik Muniz vai lá e faz fotografias, nos faz ver o excesso, o lixo, e ao incluir os catadores no processo de criação das imagens, coloca em cena

também a exclusão social: a produção de sujeitos a quem no conjunto de valores veiculados pelo capitalismo só podem ocupar o lugar de dejetos, e só lhes resta trabalhar com os dejetos do banquete do consumo capitalista. O capitalismo é um sistema econômico que nasceu com o domínio social da burguesia, que gritava por liberdade, igualdade e fraternidade. Mas para quem? Quem a burguesia incluiu em sua revolução?

Muniz (2015) explica que o trabalho, o “batente” só começou a ser representado na arte clássica com o fim da escravatura, quando foi necessário enobrecê-lo, criando as figuras do trabalhador valoroso que vive do suor de seu trabalho e dos calos de suas mãos². Todavia, este movimento de deslocamento do escravo ao trabalhador não abarcou todos os indivíduos, e sabemos bem quem no Brasil adquiriu direitos e a quem a cidadania digna foi negada, cabendo sempre sobreviver das sobras alheias: da caridade, do lixo. Porque uma homenagem a Marat e não Tião?

Mas talvez as releituras (de obras que apresentam a representação clássica – burguesa – do trabalho) que Muniz nos apresenta não perguntem apenas sobre quem é valorizado e merece representação, não coloque em cena apenas o contraste entre o lixo e os museus onde as obras originais são exibidas, mas permite que nos caiba perguntar sobre os efeitos de um certo enobrecimento perverso da figura do catador que pode se dar pela mesma via que denega a exploração do trabalhador pelo sistema capitalista: o catador é o mártir que, através de um trabalho quase sublimatório de nossos excessos, expia nossa culpa. Nosso lixo é transformado no milagre da sobrevivência. Sobrevivência tanto deles, mas também do planeta, quando “lixo” torna-se “material reciclável”. É um enobrecimento potencialmente perverso, porque ao encontrar um lugar na engrenagem para estes sujeitos que antes eram vistos como excedente a ser manejado tal qual o material com o qual trabalham, pode anestesiar os questionamentos sobre a própria máquina capitalista. O que Lacan falava sobre o processo de apropriação e inutilização do saber do servo pela engrenagem do capitalismo por encaixar-se bem aqui.

Por outro lado, também podemos ver aí representada a beleza que há no movimento que estes sujeitos fazem de subverter a lógica de lugares, ao organizarem-se em cooperativas de catadores, reivindicando direitos, reconhecimento social, e

² Uma vez um amigo, professor de história, me disse que o valor do salário mínimo no Brasil era o mesmo do custo que se tinha para manter um escravo em condições de trabalho. Não sei precisar o contexto dessa análise, mas certamente nos dá o que pensar.

conferindo valor ao que antes parecia sem valor nenhum. Sujeitos que ao participarem da proposta de Muniz puderam contar sua história para o mundo, experimentar-se através da arte, receber e lançar sobre si próprios outra possibilidade de olhar, que os retirou – mesmo que só até certo ponto – do anonimato da exclusão, e os colocou – mesmo que apenas por quinze minutos – no olho do furacão espetacular: a indicação do filme ao Oscar, o empréstimo de sua imagem à assinatura de um artista famoso permitiu que fossem eles também imagens consumíveis. O quadro de Tião foi vendido em leilão por 28 mil libras. E é neste sentido que a história contada em *Lixo Extraordinário* e as *Imagens de Lixo* merecem ser reconhecidas em todo seu potencial utópico, tomando a utopia no sentido apontado por Sousa (2002, 2002b, 2007a) quando explica que esta propõe imagens que funcionam como uma âncora simbólica e permitem um confronto com a diversidade, fundamental para interpelar as compulsões conservadoras e abrir brechas na identidade: a função da utopia não é a de apontar para uma resposta ideal de como as coisas deveriam ser, mas sim evidenciar que as coisas podem ser diferentes. Este potencial de subversão de lugares talvez seja um dos elementos que diferenciem uma imagem espetacular de uma imagem de arte, crítica, dialética, utópica. Não apenas por toda mobilização política que foi potencializada a partir do projeto do filme³, mas utopia que se dá também pelo gesto do artista: há todo um jogo de olhares, lugares, sentidos, significados e afetos, que tocam quem se depara com sua obra e que não se constituiria sem seu gesto criador. E dar existência a algo que não teria vida sem o seu gesto de criação é a função tanto da arte quanto da psicanálise, aponta Kon (2001).

Enquanto instrumento de mercado, a dimensão significativa da imagem fica apagada, e nela só há espaço para um significado, enunciado sempre por outro que não o sujeito. A imagem espetacular é aquela que funciona produzindo sujeitos deslegitimados na sua singularidade e que não conseguem imaginar todas as possibilidades de existência que habitam o abismo que há entre seu olho e aquilo que vê. E o que o artista consegue é justamente nos devolver a profundidade do abismo, e as possibilidades de habitá-lo.

³ Refiro-me ao valor arrecadado em leilão com a venda das obras e que foi revertido para a cooperativa dos catadores, e também à trajetória de Tião, que a partir do reconhecimento garantido pelo filme publicou um livro e circulou pelo Brasil e pelo mundo dando palestras e consultoria a respeito do tema da reciclagem do lixo. As informações sobre sua biografia podem ser acessadas em sua página no Facebook: <https://www.facebook.com/TiaoSantosJardimGramacho>

Telas, Redes, Contatos e Conexões

“O que liga os espectadores é apenas uma ligação irreversível com o próprio centro que os mantém isolados. O espetáculo reúne o separado, mas reúne *como separado*” (DEBORD, TESE 29).



Guy Debord escreveu em 1967 seu livro *Sociedade do Espetáculo*, no qual comenta ao longo de 221 pequenas teses os efeitos da dominação do modo de produção capitalista em nosso mundo. “Sob todas as suas formas particulares – informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos –, o espetáculo constitui o modelo atual da vida dominante na sociedade” (DEBORD, 1997, p. 14). Por volta de vinte anos depois, em 1988, publicou *Comentários sobre a sociedade do espetáculo*, nos quais reafirma a validade de suas idéias, defendendo que o espetáculo se alastrou e se aprofundou, incorporando novos procedimentos defensivos, como costuma fazer todo poder quando se vê atacado (DEBORD, [1988] 1997). Debord buscou explicar de várias formas o que é o espetáculo e como ele se manifesta em diferentes contextos, mas talvez uma das teses mais fundamentais para que possamos compreendê-lo seja aquela em que diz que o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas sim uma relação social mediada pela imagem. Só que a imagem espetacular não é qualquer uma, e sim aquela que se apresenta como signo, de maneira imperativa, oferecendo ao sujeito um lugar passivo, para que apenas introjete aquilo que lhe é oferecido, e para tal lança mão dos

mais diversos recursos retóricos. A observação de diversos fenômenos típicos de nosso tempo, como o surgimento das redes sociais, *selfies*, os *smartphones*, as smart TVs, os cliques de músicas, os *reality shows*, as campanhas políticas planejadas por marketeiros, etc., demonstram a importância de se pensar nesta mediação do laço social pela imagem e os efeitos que pode produzir, bem como demonstram a atualidade da obra de Debord. Se o espetáculo hoje já não é mais o mesmo que era em 1967, o que leva alguns autores a utilizarem o termo *hiperespetáculo*⁴ para referirem-se ao seu momento atual, os deslocamentos que sofreu nas últimas décadas, longe de colocá-lo como um fenômeno do passado, o reiteram e atualizam constantemente seu poder de alienar o sujeito ao desejo do grande Outro da sociedade capitalista – o Mercado, com sua insaciável fome de lucro.

Desta forma, se por um lado é bom lembrar que as críticas de Debord não se referiam tanto aos meios de comunicação de massa, mas, sim, muito mais à formação político-econômica do capitalismo (TONIN, 2007), por outro não podemos pensar nos meios de comunicação como meras “tecnologias neutras”, uma vez que não apenas surgem como resposta a anseios já existentes na cultura (BUCCI, 2004a), mas engendram tantos outros e modificam as formas de relações entre as pessoas. Debord ([1967]1997, p. 20) explica que “o espetáculo é o discurso ininterrupto que a ordem atual faz a respeito de si mesma, seu monólogo laudatório. É o autorretrato do poder na época de sua gestão totalitária das condições de existência”, e os meios de comunicação são os canais por onde este discurso encontra vazão. Debord segue explicando que

A aparência fetichista de pura objetividade nas relações espetaculares esconde o seu caráter de relação entre homens e entre classes: parece que uma segunda natureza domina, com leis fatais, o meio em que vivemos. Mas o espetáculo não é o produto necessário do desenvolvimento técnico, visto como desenvolvimento *natural*. Ao contrário, a sociedade do espetáculo é a forma que escolhe seu próprio conteúdo técnico. Se o espetáculo, tomado sob o aspecto restrito dos

⁴ Dentre eles Juremir Machado da Silva (2007;2012) e Gilles Lipovestky & Jean Serroy (2015). Silva (2012) afirma que “o hiperespetáculo é o espetáculo como mídia”. Uma das diferenças entre espetáculo e hiperespetáculo consistiria em que no espetáculo o indivíduo abdicava de seu papel de protagonista para se tornar espectador de um outro idealizado, vivendo por “procuração”, já que o ideal não era possível de se atingir. No hiperespetáculo a contemplação ainda existe, mas trata-se da contemplação de si mesmo em um outro semelhante ao contemplador: no tempo do hiperespetáculo todos devem ter direito ao sucesso, à beleza, à fama, ao lugar de objeto de admiração (SILVA, 2007).

“meios de comunicação de massa”, que são sua manifestação superficial mais esmagadora, dá a impressão de invadir a sociedade como simples instrumentação, tal instrumentação nada tem de neutra: ela convém ao automovimento total da sociedade. Se as necessidades sociais da época na qual se desenvolvem essas técnicas só podem encontrar satisfação com sua mediação, se a administração dessa sociedade e qualquer contato entre os homens só se podem exercer por intermédio dessa força de comunicação instantânea, é porque essa “comunicação” é essencialmente *unilateral*; sua concentração equivale a acumular nas mãos da administração do sistema os meios que lhe permitem prosseguir nessa precisa administração. A cisão generalizada do espetáculo é inseparável do Estado moderno, isto é, da forma geral da cisão na sociedade, produto da divisão do trabalho social e órgão da dominação de classe. (DEBORD, [1967]1997, p.20).

Neste contexto, conhecer alguns dados estatísticos relativos aos meios de comunicação é de extrema relevância para pensarmos como e por quais vias o espetáculo se move, se transforma e encontra meios de expressão. Uma pesquisa realizada pelo IBGE⁵ em 2013, através da Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios (PNAD), referente ao acesso à internet, televisão e telefone celular para uso pessoal, e divulgada em 2015, apontou que a televisão estava presente em 97,2% dos domicílios brasileiros, enquanto que apenas 42,4% possuíam microcomputador ligado à internet. O IBGE também estimou em 49,4% da população o contingente de pessoas com dez anos ou mais de idade que haviam utilizado a internet, por qualquer meio, pelo menos uma vez no período de até três meses antes da pesquisa. Outra publicação de 2015, a Pesquisa Brasileira de Mídia⁶ encomendada ao IBOPE⁷ pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, referente aos “hábitos de consumo de mídia pela população brasileira” (sic), realizada entre os dias 5 e 22 de novembro de 2014, aponta que a televisão segue sendo o meio de comunicação mais utilizado pela população brasileira: 95% dos mais de 18 mil entrevistados afirmaram ver TV, sendo que 73% o fazem diariamente. A média de tempo em frente à TV durante os dias úteis é de 4 horas e 31 minutos por dia. O rádio é o segundo meio de comunicação mais utilizado pelos brasileiros: 55% dos entrevistados afirmam fazer uso, e destes 30% o fazem diariamente. A respeito da internet, 48% dos entrevistados referem fazer uso, sendo que 37% acessam a rede diariamente. O tempo médio que os usuários de internet

⁵ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa disponível em <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv93373.pdf>

⁶ Disponível em <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>

⁷ Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística.

permanecem conectados de segunda à sexta-feira é de 4 horas e 59 minutos a cada dia. Dentre os usuários de internet, 92% estão conectados por meio de redes sociais, sendo a principal o Facebook (83%). A respeito dos jornais, 21% dos brasileiros afirma que lê pelo menos uma vez na semana, contra apenas 7% que afirmam fazer leitura diária. Dentre os leitores de jornal, apenas 10% utiliza versões digitais. O cenário em relação às revistas é semelhante: 13% dos brasileiros lêem revistas semanalmente, e destes 70% o fazem em versão impressa e 12% em versão digital. A pesquisa aponta que embora sejam baixos os índices de leitura de jornais e revistas, estes são os meios de comunicação com o maior nível de atenção exclusiva, isto é, quando o leitor/consumidor da mídia não faz outra atividade concomitantemente.

Dentre todas estas mídias, a internet é a invenção mais recente. Eugênio Bucci (2004a) aponta que a difusão da cultura de massa contou com a inegável contribuição da televisão, cujo surgimento muito mais do que inaugurar processos novos, veio responder a anseios já latentes na civilização. Foi assim com a fotografia, e da mesma forma podemos compreender o atual estágio de desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação, que através da internet caminham cada vez mais para um processo de unificação, com uma promessa de maior interatividade, descentralização, flexibilidade e liberdade de escolha. É possível afirmar que seu surgimento contribui para que passemos de uma posição de “espectador passivo” com a televisão, para uma de “espectador ativo” a partir de todas as possibilidades que nos coloca – dentre as quais podemos citar maior diversidade de conteúdo, possibilidade de todo mundo que tenha acesso à rede publicar conteúdo, emitir opiniões, produzindo de certa forma uma democratização da produção e acesso à informação – mas o fato é que a televisão segue predominando firme e forte nos lares brasileiros, e assim também seu *modo de operar*. Por exemplo: as manifestações de junho de 2013 foram um fenômeno que nos mostrou as possibilidades de articulação que a internet e as redes sociais proporcionam, mas tornaram-se realmente expressivas, envolvendo diversos setores da sociedade apenas depois que a Rede Globo e Arnaldo Jabor explicaram que não se tratava apenas de vinte centavos⁸. E então o espetáculo reuniu o separado como separado e cada um foi

⁸ As manifestações que tomaram as ruas do Brasil em Junho de 2013 começaram tendo como pauta o direito ao transporte público, com protestos em todo o país em função do aumento do valor das passagens de ônibus, que em capitais como Porto Alegre e São Paulo, era de vinte centavos. As manifestações foram mobilizadas principalmente através do uso das redes sociais. Porém, enquanto a pauta prioritária era o transporte público, as manifestações foram rechaçadas pela grande mídia.

reivindicar aquilo que achava que era necessário, como pôde ver quem acompanhou as manifestações: preço da passagem de ônibus; contra corrupção; contra a Copa do Mundo no Brasil; por mais saúde e educação; pelos direitos dos animais. É certo que o desenvolvimento de novas tecnologias influencia profundamente e provoca mudanças no tecido social. Foi assim com a invenção da fotografia, do cinema, da televisão e certamente é agora com a internet e sua presença cada vez mais constante no nosso dia-a-dia. Mas é importante perceber também que grande parte dos processos e fenômenos que parecem adquirir autonomia em função da disseminação da internet, na verdade seguem sendo profundamente dependentes da televisão. Ela ainda tem um papel muito importante na legitimação de discursos e práticas. E seria ingenuidade pensar que o poder de trocar de canal ou influenciar no desfecho final de novelas e *reality shows* represente verdadeiramente uma mudança de paradigma. Da mesma forma, a simples troca de mídia não garante muita coisa: os mesmos grupos que controlam a televisão controlam o rádio, os jornais, as revistas, portais da internet, graças a ausência de regulamentação de princípios da Constituição Brasileira de 1988 que proíbe, dentre outras coisas, a existência de monopólios e oligopólios de mídia e sua associação com senadores e deputados. A legitimação dos discursos perante a massa de consumidores de mídia passa pelo crivo dos editores escolhidos por eles.

O que o conceito de espetáculo nos aponta e coloca em questão é que há uma relação muito estreita entre mídia, política, economia e a regulação dos laços sociais. A constituição e conformação do espaço público passa por aí. Por exemplo: da mesma forma que a disseminação da televisão fez parte da estratégia integracionista da ditadura militar brasileira, identificando o Brasil para o Brasil (BUCCI, 2004a), é sabido também que a exportação de produções hollywoodianas faz parte da política imperialista dos EUA: seus filmes exportam modelos de vida e engendram sonhos. Voltando às estatísticas, Lipovetsky e Serroy (2015) apresentam dados que indicam que nos EUA a indústria do *entertainment* tem oito vezes mais empregados que a indústria

Arnaldo Jabor, então comentarista da rede Globo, num primeiro momento adjetiva os manifestantes como raivosos sem causa contra a cidade e lhes indica uma série de causas contra as quais lutar – como a PEC 37, por exemplo (vídeo disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=RsYB2XpC7I0>, acesso em 25 de março de 2016). Porém, dias depois faz um *mea culpa* em relação a sua avaliação inicial, e aponta mais pautas contra as quais a população brasileira deveria ir às ruas. Este talvez seja o momento simbólico do movimento de cooptação das manifestações promovido pela grande mídia em prol de seus interesses políticos.

automobilística, e que o peso das indústrias culturais no comércio exterior daquele país supera o dos setores da aeronáutica, da química, da agricultura, do automobilismo e da defesa. Segundo os autores, no mundo, o volume das indústrias culturais é estimado em 2,706 trilhões de dólares, o equivalente a 6,1 pontos do PIB mundial – e seu crescimento continua, apesar da crise. Se por um lado estes números nos dão uma ideia da importância que o entretenimento, as histórias e a ficção têm na vida das pessoas, na medida em que engatam diretamente nas fantasias, por outro estes números nos dão uma ideia das estratégias de disseminação dos ideais político-econômicos do capitalismo entre a população mundial e de seu alcance no tecido social. Odes ao *American way of life*: a hegemonia do modelo econômico não pode ser dissociada da produção de sonhos, ideais e modos de satisfação do desejo – de um conjunto de práticas discursivas, portanto. Até nosso riso é controlado pelas *gags* utilizadas em programas de humor. Não podemos ignorar a cooptação de nossas fantasias pelos interesses do Mercado.

Kehl (2009) acredita que está em processo uma unificação da face imaginária do Outro, que se foi o rosto de Deus na Idade Média, fragmentou-se com o Renascimento e hoje se reorganiza pela ação da indústria do espetáculo, cuja aparência de diversidade na realidade repete sempre a mesma coisa. A dominação do Mercado se dá de maneira muito mais eficaz, já que sua lógica não é a da interdição, mas a da sedução. Sedução cada vez mais eficiente conforme avançam as habilidades de sondagem das motivações inconscientes do público consumidor, diz a autora, e que deixam, assim, de ser inconscientes, propondo imagens como resposta ao enigma do inconsciente, gerando um efeito de produção de sentido que é o mesmo mecanismo das identificações. Assim, explica ela, a consistência através da qual o imaginário social responde às representações recalçadas do desejo favorece a co-validação social do fantasma, implicando a possibilidade de as respostas fantasmáticas à questão “o que o Outro quer de mim?” já não precisarem forçosamente ser tomadas a cargo dos sujeitos, em sua singularidade. E o que o Supereu constituído a partir do discurso capitalista exige do sujeito é que goze – muito – e para tal, prescreve os caminhos. Goza o sujeito, lucra o Mercado.

Kehl (2004a) defende a tese de que há um modo de violência que é próprio do funcionamento imaginário e que incide sobre as culturas em que a televisão (ou a produção imaginária da cultura de massas em geral) tem um lugar predominante, e que

faz parte do laço social, independentemente dos conteúdos veiculados. A autora sustenta sua tese a partir de três premissas, e por ora nos interessa o que aponta na primeira a respeito de como o funcionamento imaginário dispensa a necessidade de pensamento⁹. Kehl (2004a) explica que isso ocorre porque o imaginário funciona segundo a lógica da realização dos desejos, em que cada imagem proporciona um fragmento de gozo, e no gozo o pensamento cessa, já que o pensamento é um rodeio, uma reconstituição pela via da representação, que o ser humano é obrigado a fazer em busca de um substituto do objeto de satisfação que se perdeu. O desejo não precisa ser realizado em ato, basta a linguagem, a representação: o deslizamento da cadeia significante, em que cada um remete sempre a outro significante, estanca temporariamente quando se produz um significado, lembra-nos a autora. A produção de um significado relaxa a tensão produzida pelo trabalho psíquico, e o que se produz neste momento de pausa do pensamento é o gozo. E a produção imaginária é aquela que oferece representantes para a satisfação do desejo: por isso que diante do fluxo contínuo de imagens da TV, por exemplo, que se oferecem como meio de gozo, não é preciso pensar. O que Kehl (2004a) aponta, está de acordo com as idéias de Adorno e Horkheimer (2002) a respeito do que chamam de atrofia da imaginação e da espontaneidade do consumidor. Segundo estes autores em seu texto clássico a respeito da indústria cultural,

Os próprios produtos, desde o mais típico, o filme sonoro, paralisam aquelas faculdades pela sua própria constituição objetiva. Eles são feitos de modo que a sua apreensão adequada exige, por um lado, rapidez de percepção, capacidade de observação e competência específica, e por outro é feita de modo a vetar, de fato, a atividade mental do espectador, se ele não quiser perder os fatos que, rapidamente, se desenrolam à sua frente. É uma tensão tão automática que nos casos individuais não há sequer necessidade de ser atualizado para que afaste a imaginação. Aquele que se mostra de tal forma absorvido pelo universo do filme, gestos, imagens, palavras - a ponto de não ser capaz de lhe acrescentar aquilo que lhe tornaria um filme - não estará, necessariamente por isso, no ato da representação, ocupado com os efeitos particulares da fita. Os outros filmes e produtos culturais que necessariamente deve conhecer, tornam-lhe tão familiares as provas de atenção requeridas que estas se automatizam. (ADORNO & HORKHEIMER, 2002, p.6)

Isto não quer dizer que as pessoas parem de pensar para sempre, diz Kehl, “mas que, *diante do fluxo de imagens, paramos de pensar*. E quanto mais o fluxo de imagens

⁹ Na segunda premissa sustenta que o funcionamento do imaginário incita a passagens ao ato, e na terceira sustenta que o imaginário como o lugar de encarnação do Outro sem falta faz com que o estatuto do objeto causa de desejo seja intolerável.

ocupa espaço na nossa vida real e na nossa vida psíquica, menos é convocado o pensamento” (KEHL, 2004a, p.91). Neste sentido, são extremamente interessantes os apontamentos que faz Bucci (2004b), e em certa medida até um pouco perturbadores, por nos permitirem perceber um pouco melhor o lugar que nos cabe nas imbricações deste sistema todo, demonstrando de uma maneira muito simples como se dá a monetarização do nosso olhar. É como diz o ditado popular: do porco se aproveita até o grito.

Jornalista de formação, Bucci (2004b) explica que houve um “deslocamento de interesse” que fez com que o negócio do telejornalismo deixasse de ser o jornalismo, para tornar-se a venda de olhares aos anunciantes, e que influencia na forma como as informações são veiculadas. Tal deslocamento é resultado da confusão produzida pelos meios de comunicação de massa, que o autor distingue do conceito de imprensa – esta pautada por uma ética jornalística que prima pela objetividade, busca da verdade factual, transparência, independência editorial e equilíbrio –, ao misturar fato e ficção, jornalismo e entretenimento, entre interesses públicos e privados e a esfera íntima. Para ele, os problemas éticos que os meios de comunicação de massa colocam não podem ser enfrentados se encararmos a questão de maneira maniqueísta, dividindo o campo entre os vilões proprietários dos meios e as massas vitimadas, e tampouco poderemos chegar a algum lugar se acreditarmos que tais meios são ferramentas neutras cujo bom uso depende da honestidade de seus operadores. Para o autor, o complexo formado pela indústria cultural e os meios de comunicação de massa encerra em si mesmo a função de entorpecer a razão, pois a natureza da indústria cultural é incompatível com o projeto da verdade tal qual foi sonhada pelo jornalismo que nasceu junto com o sonho da democracia a partir dos ideais iluministas. Muito próximo do conceito de espetáculo apresentado por Debord, o conceito de indústria cultural desenvolvido por Adorno e Horkheimer (2002) nos anos 1940 refere-se à incorporação da lógica industrial no mundo da arte e da cultura, tendo como resultado aquilo que já foi apontado por diversos autores, que é o consumidor tomado não como sujeito (no sentido de agente), mas sim como objeto de um sistema econômico. Talvez por aí seja possível compreender a “demonização” do consumo presente nas elaborações de tantos teóricos.

Para Bucci (2004b), os conglomerados da mídia – entendida pelo autor como o universo formado pelos meios eletrônicos de prevalência global, cuja linguagem é lastreada na imagem ao vivo ou online, e que mistura entretenimento e relato

jornalístico – se divorciaram da razão pela própria tirania da imagem que tomou conta da comunicação. “Onde quer que a notícia esteja a serviço do espetáculo, a busca da verdade é apenas um cadáver” (BUCCI, 2004b, p. 129). Sob a lógica do espetáculo, explica, o grande negócio da televisão aberta não é a veiculação de conteúdos, mas a atração de olhares para depois vendê-los aos anunciantes. O autor faz um cálculo que determina o valor monetário do aluguel do olhar do espectador durante o intervalo comercial do Jornal Nacional em abril de 2001: 73 centavos por uma hora de olhar de um único indivíduo, valor ao qual chega a partir da divisão do valor de um anúncio comercial de 30 segundos (R\$ 159.520,00) pelo número de espectadores (25.919.461 pessoas de acordo com o Ibope), e depois multiplicando para chegar ao valor por hora do olhar. Uma jornada de oito horas de olhar custava R\$ 5,90. E dividindo o valor do salário mínimo da época (que era de R\$ 180,00) por trinta dias, o valor da jornada de oito horas de trabalho era de R\$ 6,00. E vale lembrar que além do intervalo comercial, há ainda o *merchandising*: entre janeiro e outubro de 2012, Globo, SBT, Record, Bandeirantes e Rede TV! receberam por isso, aproximadamente, R\$ 5,5 bilhões, segundo pesquisa do Ibope Media¹⁰. Uma média de R\$ 1 bilhão por emissora em menos de um ano. A audiência dá o preço do anúncio, e é de anúncios comerciais que as emissoras sobrevivem e tem lucros astronômicos.

Não é difícil perceber que este “deslocamento de interesse” acontece em outros espaços de comunicação também, inclusive é característica marcante de alguns. É fato conhecido o uso de algoritmos que permitem a redes sociais como o Facebook, por exemplo, selecionar conteúdos de acordo com o que percebe que é de interesse do usuário, de modo que este permaneça mais tempo conectado, e conseqüentemente, vendo anúncios comerciais. É por isso que o Facebook “é gratuito e sempre será” (como diz em sua página de entrada): pagamos com nosso olhar, nosso tempo, nosso lazer. Recentemente o blogueiro iraniano Hossein Derakhshan, conhecido como Hoder, a quem é creditada a revolução dos blogs no Irã, escreveu um texto que viralizou na internet e levantou o debate sobre os rumos que a rede mundial de computadores tem tomado, e que para ele tem ficado cada vez mais parecida com a TV. Suas críticas vão ao encontro dos apontamentos feitos por Bucci (2004b) em relação ao jornalismo. Hoder foi condenado a dezenove anos de prisão acusado de colaborar com países hostis,

¹⁰ “Emissoras faturam R\$6 bi só com merchandising”. Disponível em <http://revistapontocom.org.br/nao-categorizada/emissoras-faturam-r-6-bi-so-com-merchandising>.

propaganda política e insulto a figuras religiosas, e depois de seis anos preso sem acesso à rede foi libertado¹¹. Derakhshan (2016?) aponta diferenças entre a internet que conhecia antes e a forma como esta vem se organizando agora, em especial a partir das redes sociais e do uso de algoritmos, complexos e secretos segundo ele, que já escolhem o conteúdo que se apresenta ao usuário, poupando-o do trabalho de ir atrás da informação que lhe interessa. Uma curiosidade interessante é a de que este mesmo recurso dos algoritmos é utilizado por sites de namoro para indicar a “compatibilidade” entre os solteiros em busca de um relacionamento.

Em princípio a oferta de informações pelos algoritmos é feita a partir de uma análise das preferências do usuário a partir de seus dados de navegação, curtidas, compartilhamentos, perfil e também pelo “fator de impacto” de algumas publicações, explica o blogueiro. Mas como saber se o algoritmo não foi programado pra deixar certas questões que poderiam ser interessantes de fora, de acordo com os interesses de quem o programa? Uma das grandes diferenças que Derakhshan aponta entre o mundo dos blogs e o das redes sociais é o tratamento que o *hyperlink* recebe. Oriundo da ideia de hipertexto, o *hyperlink* nos blogs servia como uma forma de conexão e descentralização, substituindo links, linhas e hierarquias por um sistema de nós e redes, enquanto que nas redes sociais seu uso encontra obstáculos: links postados no Instagram não levam a lugar nenhum, a menos que sejam acessados a partir do perfil do usuário (DERAKHSHAN, 2016?). Antes os usuários da web gastavam seu tempo lendo textos online, hoje, assistem vídeos e postam fotos no Facebook. É claro que esta não é a única possibilidade de uso da rede, mas há que se pensar sobre seus efeitos. Ainda outro apontamento de Derakhshan é interessante de ser escutado. Para ele, os *hyperlinks* são os olhos da internet, sem eles não é possível olhar para outras páginas. Ele diz que muitos teóricos apontam a relação entre olhar e poder de maneira negativa, uma vez que o observador desnudaria o observado e o transformaria em um objeto sem poder, destituído de inteligência ou ação, mas que na internet o olhar serve para empoderar: as páginas só existem quando alguém olha pra elas, e é só a partir dos olhares que recebe que pode empoderar outras através dos links. Daí a importância de ser linkado por quem recebe muitos olhares, como o Facebook ou Google. Concordo com Derakhshan: o que ele está ressaltando é a importância que a dimensão do olhar assume em nosso mundo

¹¹ Conforme notícia veiculada em <http://oglobo.globo.com/mundo/blogueiro-iraniano-condenado-19-anos-de-prisao-diz-ativista-2946566>

mediado por telas. É um elemento de empoderamento, sem dúvidas, pois garante visibilidade (ou a visibilidade garante o olhar). E por isso mesmo precisamos refletir sobre a apropriação que é feita dele. Quando passei a utilizar o Facebook pensei que este era uma ferramenta importante por facilitar a troca de idéias e de informações entre as pessoas: cada um poderia compartilhar com seus amigos aquilo que julgasse interessante, funcionando mais ou menos como um editor. Mas quando um algoritmo escolhe por nós o que iremos ver, não estamos muito mais livres do que estávamos quando tudo o que tínhamos era a televisão e seu discurso unilateral, não somos verdadeiramente protagonistas. Julian Assange, criador do Wikileaks, faz importantes alertas neste sentido, apontando não para o uso que a publicidade faz de nosso olhar, mas para o sistema de vigilância estatal que se desenvolveu com a cooperação do Google¹². Em entrevista a Jamil Chade¹³ ele explica como o fato de disponibilizarmos as mais diversas informações a nosso respeito na internet e em aplicativos permite o acúmulo de conhecimento por grupos que controlam estas informações. Impossível não lembrar-se da obra de Foucault: saber, poder, vigilância, docilização dos corpos.

Nesta entrevista Assange diz ainda que a internet é o alicerce da sociedade, seu sistema nervoso e está conectando os estados por cima das fronteiras. Sua fala poderia ser uma descrição da obra WWW (Mapa-Múndi) de Vik Muniz feita em 2008. Nela o artista nos apresenta um mundo formado por peças (antigas) de computadores, através das quais se delineiam as formas dos continentes. Literalmente uma rede mundial de computadores. Numa primeira olhada podemos ver um mundo tomado por lixo eletrônico, resultado inevitável da obsolescência programada da tecnologia que não dá conta de resolver o problema que cria. Não há no mapa a Antártida, talvez em alusão ao aquecimento global, ou talvez porque seja o único continente naturalmente desabitado por seres humanos. Lugar inóspito demais para que a vida seja possível sem a tecnologia, de certa forma é o último reduto do selvagem indomável em nosso planeta. Ironicamente, é o único que pode desaparecer completamente pelos efeitos da ação do homem. Assim, o uso de peças obsoletas na obra nos aponta é que também nossa forma

¹² Assange tem dois livros em que aborda estas questões, *Cyberpunks: liberdade e futuro da internet* (2013) e *Quando o Google encontrou o Wikileaks* (2015), ambos publicados no Brasil pela editora Boitempo.

¹³ “Entrevista com Assange: ‘É bom que os governos tenham medo das pessoas’”, em 2 de fevereiro de 2013. Disponível em: <http://internacional.estadao.com.br/blogs/jamil-chade/entrevista-com-assange-e-bom-que-os-governos-tenham-medo-das-pessoas/>

de relação com a tecnologia é ultrapassada. Desde a Segunda Grande Guerra que nosso otimismo com o progresso da ciência para libertação do homem (vale se perguntar que sonho de liberdade é esse) se encontra abalado e que nossa empolgação já não se confirma. Hoje nos conectamos com regiões distantes, mas a que custo? Sabemos em tempo real o que acontece no “centro”, ou do outro lado do mundo, mas ainda não conseguimos (nos) dar conta do que está a nossa volta. Há um mundo conectado através dos computadores ligados em rede, mas não há mais o azul do oceano. Não há mares para serem navegados, nem fossas profundas escondendo míticos monstros, apenas as profundezas obscuras da *deep web*. Justo o mar, ele que talvez tenha sido o primeiro meio de comunicação, de encontro com o outro em tudo que este tem de semelhante e exótico, não existe nesta obra de Muniz. Faz parte do mito aventureiro das grandes expedições o desejo de sair de casa e encontrar o diferente, o desconhecido. Qual a grande aventura que podemos viver diante das telas? Seria Julian Assange a figura do herói aventureiro nestes tempos de internet, ironicamente confinado a viver trancado na embaixada do Equador?

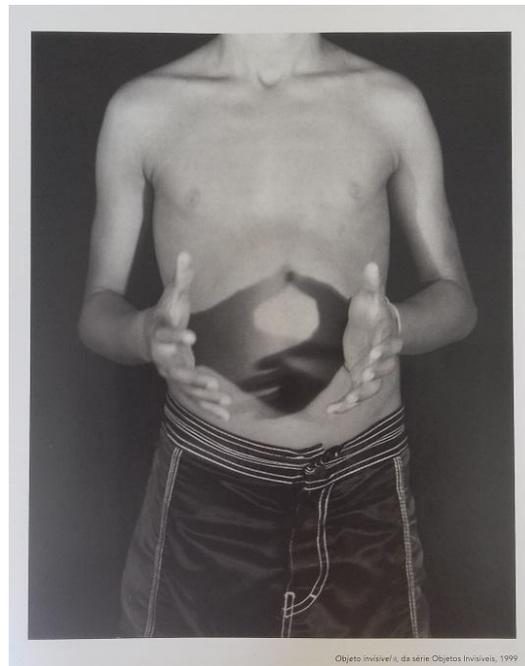
Não se navega mais o mundo: a grande sedução é poder fazer tudo sem sair de casa. E assim se zapeia entre canais em busca de distração ou informação, as crianças brincam umas com as outras sem sair de casa, trabalhamos sem sair de casa, estudamos sem sair de casa, conhecemos pessoas sem sair de casa, vamos ao supermercado sem sair de casa, fazemos consultas médicas sem sair de casa, análise sem sair de casa. Que laço é esse que surge de uma promessa de eliminação do mal-estar a partir de uma radicalização da individualização da existência? Individualização porque é possível conseguir “tudo” sem precisar do contato cara-a-cara com o outro. Porque é possível deletar um “amigo” ou deixar de ouvir o que diz com um click quando não satisfaz nossas expectativas, quando não confirma nossas próprias idéias. Como é possível um compromisso ético com o futuro, se cada vez mais se quer menos compromisso com o outro, e vice-versa? Há conexão, mas não contato. Será que podemos verdadeiramente pensar que há laço social? Juremir Machado da Silva (2012, p.131) aponta o hiperespetáculo como “apenas um conjunto de imagens mediando pessoas sem necessidade imperativa de relação concreta, exceto comercial ou de atualização de dados”. Seja ativo ou passivo, o fato é que continuamos sendo espectadores. Hiper ou não, segue sendo espetáculo. Toda atividade humana é revertida em lucro na

engrenagem capitalista. “Como desmontar a máquina?” – a pergunta feita por Manoel Ricardo de Lima, agora ecoa¹⁴.

Desde sempre os velhos se queixam dos desvios da juventude. Há uma denúncia que vem sendo feita há décadas a respeito dos efeitos das técnicas sobre os sujeitos. Adorno e Horkheimer (2002) citaram a passagem do telefone ao rádio, muitos decretaram os efeitos nefastos da morte do livro e do rádio com o advento do cinema e da televisão e hoje muitos apontam os horrores da sociedade submissa aos *smartphones* caminhando hipnotizada em direção ao fim da linguagem. Talvez possamos ressignificar nossas críticas aos atuais meios de comunicação de massa a partir destes antigos prognósticos, pois apesar de todo anúncio de catástrofe sobrevivemos: temos telefone, rádio, televisão, cinema, internet e temos a arte e temos linguagem. Podemos pensar que nossas possibilidades se expandiram. Porém, há que se escutar o que se repete ao longo das décadas nestes alertas: há um sofrimento que se queixa da perda de contato verdadeiro, de um achatamento do sujeito, de uma perda de singularidade. Assim como a comunicação não existe, na perspectiva apresentada por Lacan, já que entre um significante e outro há algo para sempre perdido, também na relação entre sujeitos há sempre algo que se perde, uma impossibilidade de completude que se apresenta como um mal-estar. Poderíamos, portanto, tomar estas queixas como relativas a um mal-estar constitutivo do próprio sujeito, independente do advento de qualquer técnica. Se por um lado não podemos colocar todo o mal-estar na conta dos meios de comunicação de massa, tampouco podemos creditar a eles qualquer possibilidade de serem fomentadores da desalienação do sujeito. Sem dúvida que é possível resistir, perverter sua lógica perversa, e os sujeitos invariavelmente o fazem: a arte e o humor não existem por acaso. Aliviam o sujeito do peso de sua existência. Mas ao mesmo tempo não é possível ignorar a questão que esta repetição levanta: a dos efeitos da técnica e da sujeição à economia capitalista e sua única verdade: o valor do lucro, do negócio. O elogio a própria máquina se encarrega de fazer. O autoelogio é mais uma das qualidades do espetáculo. Àqueles que se ocupam do sujeito, desde uma determinada posição ética na qual se inclui o campo psicanálise, cabe buscar escutar o saber contido no sofrimento.

¹⁴ Seminário “O homem, o animal: máquinas de linguagem e memória”, ocorrido em 16,17 e 18 de setembro de 2015 no auditório da Clínica de Atendimento Psicológico da UFRGS.

Objetos (in)visíveis



*Vazio agudo
ando meio
cheio de tudo*

(Paulo Leminski)

O inconsciente é estruturado como linguagem, e se organiza como discurso do Outro, explica Lacan ([1957] 1998). A questão é que quando o lugar do Outro é ocupado pelo Mercado, o discurso que temos é o discurso capitalista, e é este que vai estruturar os modos de constituição e de satisfação do sujeito, estando conseqüentemente envolvido também em seus modos de sofrer. Debord ([1967]1997) definiu o espetáculo como o meio e o fim do modo de produção capitalista, como a afirmação da escolha já feita na produção, e o consumo que decorre dela. Como a realização completa do fetichismo da mercadoria, em que o mundo sensível é substituído por uma seleção de imagens, a unificação da Terra como mercado mundial: “O espetáculo é o momento em que a mercadoria *ocupou totalmente* a vida social. Não apenas a relação com a mercadoria é visível, mas não se consegue ver nada além dela: o mundo que se vê é o seu mundo” (DEBORD, 1997, p. 30). As imagens que mediam a

relação social entre as pessoas são as imagens-mercadoria. Em um sistema que precisa sobreviver da venda dos produtos que inventa, a necessidade e o desejo por estes produtos precisam ser inventados. No espetáculo, o operário – e poderíamos dizer: o cidadão – é disfarçado de consumidor, diz o filósofo situacionista.

Marilena Chauí (2011) explica que nos tempos em que a sociedade se organizava pelo *trabalho de massa* (que coincide com a era vitoriana e o nascimento da psicanálise) a repressão do desejo se colocava como condição necessária ao exercício do trabalho ao longo de exaustivas jornadas. A partir do deslocamento para o que se chamou de *sociedade do consumo de massa* o controle do desejo passou a se dar não mais pela repressão, mas sim pela sedução, por uma ética do consumo. Chauí enfatiza que este suposto direito ao prazer é na realidade a forma pela qual o desejo é controlado sob o modo de produção tal como se organiza atualmente, que aí há uma ilusão de liberdade porque esta suposta liberação do desejo é a forma como o controle acontece através da pré-determinação de quais são os objetos válidos de investimento e pela pré-determinação de quais são as respostas para as questões que o desejo coloca ao sujeito.

A fala de Chauí vai ao encontro do que aponta Maria Rita Kehl (2009), para quem o capitalismo contemporâneo produz sujeitos esvaziados daquilo que lhes é mais singular: a invenção própria dos destinos da pulsão. As atuais depressões são apontadas pela autora como um dos efeitos deste processo. O imperativo de gozo que o Mercado coloca quando alçado ao lugar de *supereu* é um ideal impossível de ser atingido, pois é uma exigência de gozo sem limites que acaba tornando-se opressiva e angustiante para o sujeito, que se vê ameaçado diante de uma demanda que praticamente não encontra contradição. O prazer e a felicidade não se colocam apenas como direitos, mas como deveres na ladainha repetida incessantemente pelo espetáculo. Numa estrutura discursiva que não se organiza pela repressão, o imperativo à realização do desejo, e, portanto ao gozo, prevalece. Kehl (2009, p. 95) aponta que “o sentimento de insuficiência, o medo de perder o amor dessa instância que representa, no psiquismo, a esperança de recuperar a fatia de narcisismo e a porção de gozo perdidas torna os neuróticos candidatos à depressão”. As imagens do espetáculo não interrogam suspendendo significados, elas determinam as formas de gozar. Elas são tudo aquilo que se apresenta como resposta antes mesmo que o sujeito seja capaz de formular verdadeiramente um pergunta.

É por isso que parece que o sujeito contemporâneo não tolera, ou tolera muito mal, a distância que existe entre Eu Ideal e Ideal do Eu, e que é a própria condição de ser sujeito. O imperativo de gozo também coloca o imperativo de ser “ideal”. E um dos efeitos disso é a recusa de tudo aquilo que possa apontar na direção contrária, e que se desdobra das mais diferentes formas, indo ao encontro do que aponta Dunker (2015) quando utiliza a metáfora do condomínio como forma de lidar com o mal-estar: vivemos uma vida entre muros, sob a tutela de tecnoespecialistas, representados pela figura do síndico, do gestor. O condomínio representa o ideal de recuperação de um lugar perdido, onde é possível viver pacificamente entre iguais. Importante frisar: entre iguais, e não entre semelhantes. E quem está de fora deste sistema, invejaria quem está dentro: há tanta certeza sobre as maravilhas do que se tem, que isso tudo só pode ser também o sonho dos outros. Inveja e consumo andam de mãos dadas. Valesca Popozuda ficou famosa no Brasil inteiro mandando *Beijinho no Ombro* para as recalçadas e invejosas que nem podiam ser escutadas desde o “camarote”. Pra ter sucesso tem que fazer direito, canta ela em *Eu sou a diva que você quer copiar* – música que ganhou um clipe especial para um comercial de um produto de limpeza. Britney Spears, por sua vez, pergunta: *You wanna hot body?/You wanna Bugatti?/You wanna Maserati?/ You wanna Lamborghini?/Sip Martinis?/Look hot in a bikini?* E dá a resposta já no título da música: *Work, bitch*. Quer dizer, se você quer ter também todos estes bens que eu tenho e que você inveja, trabalhe. A cantora americana coloca, além de tudo, a posse de um corpo ideal e de bens luxuosos no mesmo patamar e como se fossem um resultado perfeitamente atingível a partir do trabalho (que pode adquirir ainda outra conotação, mas de qualquer maneira não fugiria da lógica apontada, pois seja ela qual for, dará acesso aos bens de consumo citados numa relação lógica de causa e efeito, e na qual o corpo é apenas mais um objeto). Esta música se coloca como um bom exemplo do ocultamento de todo o processo histórico, social e econômico de distribuição de bens e lugares que o espetáculo opera. E é neste sentido que ela é também uma imagem.

No estágio do capitalismo representando pela estrutura lacaniana do Discurso Capitalista, não há mais nada em termos de economia para marcar que nem tudo está disponível: a sedução do espetáculo é o que comanda esta estrutura discursiva, e não mais a interdição promovida pela castração, como era num estágio anterior que podemos reconhecer no Discurso do Mestre. Isto não significa que a castração esteja forcluída, mas sim que capitalismo e espetáculo se conjugam na produção de imagens-

fetichismo, explica Kehl (2009), para quem, na sociedade do espetáculo, as imagens sob a forma de mercadoria são o que organiza as condições do laço social. O lugar do Outro é ocupado pelo Mercado, e a publicidade, através de uma eficiente manipulação das fantasias inconscientes do sujeito, promete a supressão da falta através do consumo. Sousa (2014) aponta que através de uma hábil manipulação da associação de idéias, a propaganda recorta da realidade apenas aquilo que interessa ser revelado, tentando sustentar à força a ilusão de uma positividade do objeto causa de desejo, produzindo assim identificações tão potentes que o sujeito se confunde com o objeto, ficando-lhe submisso. De acordo com o autor, a identificação aqui se apresenta em sua face de sintoma, pois deixa o sujeito num estado de alienação ao desejo do Outro, cujo benefício é a redução do conflito entre o Eu e seus Ideais. É a imagem na prevalência de um discurso imaginário, e não simbólico, que se apresenta como uma verdade verdadeira, como o legítimo representante da realidade. Chemama (1997) aponta que o que é lamentável neste processo é que quando um objeto de gozo não é metaforizado, isto é, não é regido pelo significante, fica-se escravo – e então relembra Marx, segundo o qual a produção não cria somente um objeto para o sujeito, mas também um sujeito para o objeto. A respeito do homem moderno, diz Chemama (1997), o que temos é um telespectador submetido a um olhar – livre de suas escolhas e esquecido do que está previsto para ele: todos os esquemas que medem seu tempo passado diante da tela, seus deslocamentos, sua atenção. Por isso é pertinente repetir a pergunta de Alain Didier-Weill (1997, p.32): o que acontece quando o campo do olhar deixa cada vez menos oportunidades ao campo da palavra?

Se no capitalismo a relação entre as pessoas é mediada por objetos, por bens, o que levou Marx a falar em “fetichismo da mercadoria”, na experiência do espetáculo o fetichismo fica por conta da imagem – isso, no entanto, não aposenta a necessidade de posse de objetos, apenas provoca um deslocamento nesta relação. Afinal, é pela posse que se tem visibilidade. O *funk ostentação*¹⁵ está aí pra nos lembrar disso, como um dos símbolos da emergência da “nova classe média¹⁶” brasileira, que alcançou a cidadania

¹⁵ A respeito do Funk Ostentação, o documentário “Funk Ostentação – O filme”, dirigido por Renato Barreiros e Konrad Dantas, traz informações muito interessantes. Está disponível em: <https://vimeo.com/53295440>

¹⁶ Há controvérsias entre autores sobre o uso deste termo, uma vez que o conceito clássico de classe média envolve mais do que o acesso a bens de consumo. Marilena Chauí é alguém que já se manifestou

através do consumo. A propaganda, dizem, é a alma do negócio. De Britney Spears a Mc Guimé, o efeito espetacular da estrutura discursiva é o mesmo. Assim, o espetáculo é ele próprio a principal produção de nossos tempos, um circuito que se retroalimenta, reafirmando sempre a aparência e a mediação das relações pela imagem e que encontra na publicidade, no marketing, seu mais óbvio paradigma. Este se serve de todo o aparato da linguagem para dizer apenas uma coisa: compre.

Nos primórdios dos anos 90, um primo mais novo que devia ter por volta de cinco anos, provocava riso na família ao perguntar invariavelmente “tu me compra?” após cada propaganda que assistia nos intervalos comerciais da televisão, não importando o produto que fosse. Sua pergunta vinha quando assistia ao *Cartoon Network* ou à rede Globo, fosse o anúncio de um brinquedo ou de pasta de dente. Por muitos anos pensei que isto era já um indicativo de um traço da sua personalidade consumista, mas hoje vejo na ambiguidade de sua frase a possibilidade de que estivesse mesmo perguntando se ele também era capaz de provocar desejo no outro tal qual os produtos anunciados na televisão. E é sob esta mesma perspectiva que vejo as infinitas *selfies* que invadem as redes sociais: o que colocam é uma pergunta: “você me compra?”, respondida pelas também infinitas curtidas, pelos elogios e compartilhamentos. Se o desejo pode satisfazer-se pelo fetichismo das imagens-mercadoria, o sujeito precisa fazer-se objeto consumível para ser desejado. Assim, encontra-se capturado pela imagem, alienado e dependente de um olhar constante. A indústria de criação de “subcelebridades” que vemos se multiplicar a cada dia é um bom reflexo disso: são pessoas que se tornam conhecidas porque em algum momento conseguem visibilidade – muitas vezes pagando por isso, pois há *de fato* um mercado de criação de subcelebridades¹⁷ – e que sobrevivem (seja financeiramente, seja enquanto um nome conhecido por outros) das aparições que fazem na mídia.

Maria Rita Kehl (2004b) lembra que não é novidade para a psicanálise que o que garante o ser, o “eu sou”, para o sujeito é sua visibilidade para outro sujeito. É o que

criticamente diversas vezes em relação a isso, afirmando que classe trabalhadora com direitos não é a mesma coisa que classe média.

¹⁷ A revista Carta Capital de 23 de outubro de 2013 trazia como reportagem de capa “A engenharia da subcelebridade”. Nela Willian Vieira explica como funciona a produção de subcelebridades em uma engrenagem milionária que alavancou para a fama personagens como a ex-vice Miss Bum-bum Andressa Urach, ou a “peladona de Congonhas” Jéssica Lopes, criaturas do demiurgo pop (sic), o assessor Cacau Oliver, que diz: “A pessoa é um produto que eu vou lançar no mercado”.

Lacan desenvolve em seu escrito de 1949 sobre *O estádio do espelho como formador da função eu*. E o espelho, em psicanálise, não é apenas o objeto espelho diante do qual é possível conhecer nossa imagem corporal, mas uma metáfora do olhar do Outro, encarnado no olhar daqueles que exercem as funções parentais e que garantem ao sujeito que “sim, és tu” para que ele possa aceder ao “eu sou”. E esta imagem narcísica com a qual o sujeito se identifica e que provém do olhar do Outro é o Eu Ideal – imagem que mais tarde se converte em ideal a ser buscado. “Existir é, antes de mais nada”, diz Kehl (2004a, p.150), “apresentar a própria imagem para o Outro. O que equivale a dizer, para um adulto que já tenha ultrapassado as fronteiras dos complexos familiares, que existir é apresentar a própria imagem no espaço público”. E assim sendo, explica a autora, não se trata mais de apenas exibir uma bela figura para o deleite do Outro como se fez outrora à contemplação apaixonada da mãe. Habitar o espaço público é uma ação política, ética, e implica que o sujeito se responsabilize pelo efeito de seus atos na *pólis*. Mas como e onde se constitui atualmente nosso espaço público? A autora defende que no Brasil, em especial, o lugar da esfera pública é a televisão¹⁸, com toda sua onipresença e poder de integração e validação do imaginário social, o que a leva a formular junto com Eugênio Bucci o termo *videologia*: uma referência tanto à *ideologia* quando à obra de Roland Barthes, *Mitologias*, e que serve para indicar do que se trata na operação imaginária promovida pelos meios de comunicação de massa, e especialmente a televisão (BUCCI & KEHL, 2004). Na sociedade de massa, como o sujeito pode saber que *existe para o Outro?* – pergunta a autora. “Que ações relevantes estão ao alcance do homem comum, de modo que sua existência se inscreva no campo do Outro e o salve da insignificância de ‘nada’ ser (publicamente)” (KEHL, 2004b, p.151).

A resposta, diz ela, pode ser encontrada a partir do mecanismo da identificação, conforme apresentado por Freud em *Psicologia das Massas e Análise do Eu*. A massificação, o anonimato das grandes cidades, a supressão das relações horizontais favorecem a identificação com ideais representados por figuras de destaque – seja ela um *kaiser*, seja ela um ídolo *pop*, diz Kehl (2004b). O sujeito não se torna mais visível, mas goza através da identificação com uma imagem que assume como sendo sua

¹⁸ Neste texto a autora ainda não leva em consideração a influência da internet e das redes sociais na configuração do espetáculo e da questão da visibilidade do sujeito na esfera pública. Compreendo que a televisão siga sendo o espaço privilegiado e muito importante na validação das informações e fenômenos sociais, mas ao longo dos últimos anos passou a dividir cada vez mais este espaço com a internet e em especial com as redes sociais, conforme apontado no capítulo anterior.

também. E o espaço público deixa de ser um lugar de troca de idéias, de composições de discursos coletivos para tornar-se lugar de adesão à palavra do ídolo. Para atingir a todos como se fossem um só, é preciso eliminar toda ambiguidade possível, incertezas, mediações e relativizações que poderiam dar conta de simbolizar o real, e para isso a palavra precisa operar tendo efeito de imagem: uma palavra-imagem que é meio de gozo, antes de construção simbólica capaz de barrar o mesmo. E este mecanismo esta presente no discurso publicitário, no discurso do Outro colonizado pelo Mercado: seu objetivo é transformar o desejo de milhares de pessoas em uma mesma motivação banal (KEHL, 2004b, p. 154). O espetáculo vem de certa forma como um desdobramento lógico deste processo que envolve anonimato e massificação subjetiva, assim como num segundo tempo a passagem para o hiperespetáculo.

Temos um universo no qual é preciso postar tudo no *Facebook*, caso contrário é como se não houvesse certeza sobre a validade do que se viveu¹⁹. Se a televisão representa uma *esperança de visibilidade*, como coloca em seu texto Kehl (2004b), de alguns anos pra cá, através das redes sociais, que permitem a qualquer um converter-se em *ídolo pop*²⁰, a internet representa a *possibilidade de realização efetiva desta visibilidade*, mesmo que apenas para poucas centenas de contatos e mesmo que a consagração máxima siga sendo a aparição televisiva: no final, todo grande sucesso da internet acaba parando na TV. Há mudanças, mas nem tanto. Segue-se fantasiando por intermédio de figuras que representam a imagem do sucesso (e há que se colocar a questão sobre o que é ter sucesso em nossa cultura), de tudo o que não se foi mas se poderia ter sido caso a vida tivesse sido mais generosa, ou de tudo o que se pode ser e ter, caso se esforce o suficiente: porque a particularidade do espetáculo é produzir um apagamento dos limites de gozo, da interdição, como se tudo fosse possível e permitido – basta comprar. Existência, consumo, visibilidade e publicidade se misturam e se confundem, como se a própria existência para o Outro pudesse ser comprada. O hiperespetáculo, que estaria em causa aqui, não é nenhuma libertação, e nem uma mudança radical de paradigma, mas outro patamar da mesma dominação espetacular

¹⁹ Flademir Williges desenvolveu amplamente este tema em sua tese de Doutorado “Sensação e fetiche na cultura da imagem: o capitalismo estético e as tecnologias audiovisuais”, desenvolvida no Programa de Psicologia Social e Institucional da UFRGS e defendida em 2015.

²⁰ E estaríamos aí entrando no conceito de hiperespetáculo, em que o sujeito não seria apenas espectador, mas também protagonista.

que se coloca como uma radicalização do *dar a ver*: não basta consumir para aparecer, é preciso fazer-se consumível. O laço social promovido pelo espetáculo é um laço de consumo, de reificação. O sujeito existe na medida em que *se anuncia* e é visto pelo outro/Outro. E os meios apenas entregam o que o público deseja, dizem alguns.

A sociedade de consumo pensada como uma operação no interior do inconsciente sobre o desejo é totalitária, diz Chauí, é o *admirável mundo novo*²¹: cada indivíduo já nasce com um lugar reservado e uma função pré-determinada na engrenagem de produção, criado ele próprio em uma linha de montagem, para desejar apenas o que já foi planejado para si, de maneira que nunca sofra por frustrações e desejos insatisfeitos, e quando excepcionalmente sofre, tem ao *soma*, uma substância que faz com que tudo volte a ficar bem e a engrenagem social-produtiva siga seu curso. Aliado às ciências técnicas, o Mercado é este “deserto que expulsou de suas terras o enigma, que enterrou o obscuro da potência utópica de um *ainda não* (de Ernst Bloch), já que nestas terras que precisam tornar-se produtivas não há mais tempo para esperar pelo nome que falta” (SOUSA & LIMA, 2009 p.51). Mas o sentido da vida de cada sujeito não pode ser encontrado à pronta entrega: “quando temos nossos sonhos prescritos por um programa de vida qualquer, anestesiados a turbulência inventiva e irruptiva do futuro” diz Sousa (2007a, p.40). “A dimensão subjetiva dos prazeres, das pulsões, dos afetos, transformou-se em força de trabalho da sociedade regida pela indústria da imagem”, diz por sua vez Kehl (2009, p.96). E isso, segundo a autora, produz os sujeitos que o atual estágio do capitalismo necessita: esvaziados do que lhe é mais próprio, estão mais disponíveis para responder aos objetos e imagens que os convocam; presos no aqui-agora são incapazes de imaginar um devir que não seja apenas reprodução da temporalidade encurtada do capitalismo contemporâneo. A autora ainda explica que a colonização do inconsciente pelo capitalismo através de imagens produzidas e distribuídas em escala industrial, assim como a oferta de gozo associada a elas, e governada pelo vale-tudo do mercado financeiro tem como efeito uma descrença generalizada na potência dos homens como agentes de mudança e de transformação política, descrença esta que remete ao abatimento fatalista dos depressivos. É preciso resistir.

²¹ Referência à obra de ficção científica de Aldous Huxley, de 1932, na qual o autor apresenta uma sociedade em que o progresso da ciência e da técnica resultou em desumanização e totalitarismo.

E o trabalho de Vik Muniz *Objeto Invisível II* (1999/2000) resiste. Resiste à taxonomia da experiência e à cristalização do desejo. Mas não apenas pelo resultado final de suas fotografias: na imagem que acompanha este escrito um menino segura nas mãos a imaginação. Será preciso dizer mais? Uma imagem que nos deixa cara-a-cara com a ausência da imagem, com uma curiosidade que na demora a ser atendida flerta com a angústia. Mas afinal, o que é que ele segura? Imaginação enquanto vazio que permite dar asas ao desejo, que permite que este objeto invisível seja o que quiser que seja: tanto para o menino, quanto para quem se depara com a fotografia. Imagem que coloca em cena toda potência da infância, do brincar verdadeiro e livre, do faz-de-conta, que se encontra ele também tão ameaçado pelas prescrições, instruções, medicalizações e seduções comerciais que assediam as crianças²². Que provoca desconforto no adulto tão acostumado a receber prontas as respostas. Desconforto que me assusta, ainda mais quando o reconheço em mim.

A infância é um tema caro à Vik Muniz, e isso ecoa na série de fotografias da qual a imagem referida faz parte. Sua obra resiste não apenas pelo resultado final, mas também através de todo o processo envolvido na produção desta série, feita a partir de uma parceria com o *Projeto Axé*, de Salvador, uma ONG que trabalha com crianças que viviam nas ruas. Crianças imersas em uma sociedade organizada através do consumo, em que cidadania, visibilidade social e poder aquisitivo se confundem, mas para quem o imperativo do consumo vem acompanhado da exclusão social. Muniz (2007; 2009) diz que lhe incomodava o fato de estas crianças serem doutrinadas a suprimir seus desejos, de evitarem fantasiar por um excesso de dureza em sua realidade. O artista relata que em seu primeiro encontro com as crianças, percebeu a dificuldade que tinham em expressar seus desejos, como se impusessem a si mesmas uma espécie de estoicismo. Mas gostavam de brincar, e foi através do brincar que junto ao artista puderam ir desembaraçando a teia de desejos e esperança e ir lidando com a possibilidade de satisfação. “Não há vida sem desejo, e sem desejo não há esperança”, diz Muniz. No segundo dia daquele mês de agosto de 1999 em que desenvolveria o projeto com as

²² A respeito deste tema, indico o documentário *Consumo de Crianças – a comercialização da infância*, Escrito e dirigido por Adriana Barbaro e Jeremy Earp (EUA, 2008, 66min.) Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=mLuRH7nmhy4>

crianças, levou um pôster da escultura de Alberto Giacometti, *O objeto invisível* e pediu às crianças que comentassem a figura.

De saída, disseram que se tratava de uma mulher negra, e algumas chegaram até a descrevê-la como uma mulher africana. Decidiram, então, que a mulher estava triste e que ela não tinha muitas escolhas. Algumas concluíram que ela havia perdido uma coisa que já não podia mais reaver, enquanto outras discordaram, dizendo que ela ainda poderia recuperar o que havia perdido, desde que não se esquecesse do que era, e o que estava fazendo era somente isto: tentando lembrar-se. Segurando uma coisa que não estava ali, a mulher segurava seu desejo de tê-la de volta; o objeto invisível, portanto, *era* seu desejo (MUNIZ, 2007, p.134-135)

Durante a terceira semana de projeto, Muniz perguntou às crianças o que gostariam de segurar nas mãos, e elas descreveram uma série de objetos, que depois de terem sido explorados por meio de redações e desenhos foram feitos em papel machê. Cada criança levou o objeto pra casa para memorizar suas formas. Uma exposição estava prevista desde o início do projeto, e a venda das obras de Vik Muniz e de outros artistas que trabalharam com outros grupos de crianças teria sua renda revertida para a ONG. Mas as crianças do grupo de Muniz resolveram não expor seus objetos de papel machê ao público, “porque, segundo disseram, ‘ são os ricos que vão ver, e são eles que não nos deixam ter o que queremos’. Eles preferiram tirar retratos de si mesmos posando como a mulher do *Objeto Invisível* de Giacometti” (MUNIZ, 2007, p.135). Os objetos foram então expostos, mas dentro de sacolas de veludo preto, de maneira que os espectadores da exposição precisariam imaginar qual sacola correspondia a qual gesto nas fotografias. Como coloca Muniz (2007), uma breve experiência de inversão de poder.

Tanto a obra de Giacometti quanto a de Muniz nos apresentam uma metáfora do sujeito de desejo, que segura nas mãos o vazio deixado pela perda do objeto, cuja ausência permite que o desejo se alie a imaginação e invente formas. Mas não apenas representam este processo, como convocam quem as olha a engajar-se nele. Sem dúvidas, o trabalho de Muniz com as crianças de Salvador pode ser reconhecido como uma experiência utópica, pelos deslocamentos de lugares que proporcionou. Nas palavras de Sousa (2002; 2007a) a utopia tem a função de resistir aos imperativos do consenso que o laço social cada vez mais nos impõe, e indica o “em falta” de seu tempo,

abrindo lugares para o desejo. Explica ainda que “as construções utópicas sempre foram a matéria prima tanto no campo da arte quanto no da psicanálise” e que “poder confrontar uma forma, um pensamento, um sintoma com seus limites, abre a trilha para que o desejo possa ser reconhecido em sua função de desequilibrar o eixo do discurso”(SOUSA, 2002, p.17). Tal qual a função da Estamira²³ é a função do artista, aponta ainda Sousa (2007b): revelar, “[...] capturar a mentira e tacar na cara, ou então ensinar a mostrar o que eles não sabem [...]” (SOUZA, 2013, p.10). Vik Muniz, em alguma das inúmeras entrevistas suas que assisti, definiu a arte como a habilidade de olhar para uma coisa e enxergar outra. E é este gesto, esta brecha que se abre que pode nos salvar da burocratização da vida, das respostas prontas, da obturação das perguntas e da desapropriação da potência criadora do sujeito de desejo pelas imagens entorpecentes do espetáculo.

²³ Estamira dispensa apresentações. Ela é visível e invisível, a beira. Para quem não a conhece, ver o filme *Estamira*, de Marcos Prado.

Vik Muniz e a pior ilusão possível



“Não dá pra fazer arte só com o que se vive no estúdio. O estúdio em si é uma espécie de filtro onde a experiência de vida é processada e preservada por meio de seus resíduos [...]. É difícil imaginar algo que tenha vivido que nunca tenha entrado de uma forma ou de outra na estrutura conceitual do meu trabalho.”

Vik Muniz, *Catálogo raisonné 2009*

Vicente José de Oliveira Muniz (Vik Muniz) nasceu em São Paulo em 20 de dezembro de 1961. Filho único, sua mãe era telefonista e o seu pai garçom. Os avós maternos moravam com eles em uma casa nas vielas do centro de São Paulo e enquanto os pais trabalhavam, o menino permanecia

aos cuidados da avó, que sem poder estudar alfabetizou-se sozinha, e passava as tardes lendo livros e revistas para o neto, fazendo-o passear com os dedos sobre as palavras, com as quais acabou desenvolvendo uma relação tátil. Foi a avó também quem o levou para seu primeiro dia na escola e sem dúvidas ela é uma figura muito importante na vida do artista. Em 1968, ano final de seu segundo ano, Vik Muniz já conseguia ler, mas era incapaz de escrever uma palavra que fosse. E foi assim que começou a desenhar. O desenho era uma forma de lidar com a frustração e a angústia que sentia “na idade em que a maioria as crianças estava abandonando a complexidade da linguagem visual para abraçar a praticidade do alfabeto” (MUNIZ, 2007, p.10), um movimento que para ele não estava sendo fácil. E enquanto desenhava compulsivamente, outro universo se abriu. É o que nos conta o artista em seu livro de 2007, *Reflex*, no qual apresenta sua história e como se deu o desenvolvimento de seu trabalho no mundo da arte.

Em 1975 sua família se mudou para uma casa na periferia da cidade, e Muniz passou a ajudar seu tio na manutenção de televisões no bairro. O tio abandonou a atividade devido às dificuldades que tinha com a leitura dos manuais de conserto, mas Vik, leitor mais hábil, seguiu no trabalho e passou a ganhar alguns trocados. Também foi nesta época que, por indicação do professor de matemática, o diretor da escola o inscreveu num festival de artes das escolas públicas patrocinado pelo estado, o que lhe garantiu uma bolsa parcial para estudar desenho numa escola de artes, que frequentou por três anos com a ajuda dos pais. Não era uma escola que contemplasse a arte contemporânea, mas através da leitura e participação em grupos de cultura, debate, teatro experimental, de visitas a museus, Vik conheceu o trabalho de artistas como Helio Oiticica e Lygia Clark.

O artista descreve os anos 1970 como um período de grande confusão, em que o país se viu mergulhado num regime militar hipócrita e brutal, em que a censura e a propaganda se difundiam por meio de um já gigantesco complexo midiático, deixando o caráter de veracidade da informação sempre em suspenso, uma vez que não podia ser prontamente aceita e tampouco descartada. Assim, segundo ele, por um lado havia artistas valendo-se de metáforas para atacar o governo, e por outro, aulas de

Educação Moral e Cívica nas escolas públicas promovendo lavagens cerebrais e deixando as crianças em estado de “coma político” (MUNIZ, 2007). Para Muniz a realidade política de então era como um “mercado negro semiótico”, com diletantes que se faziam de cegos de um lado, e, de outro, marxistas radicais que não se davam conta que “um regime repressor não é uma questão de mera ideologia, mas de implementação ideológica” (MUNIZ, 2007, p. 11). Conta que neste período sua bíblia política era *Understanding Media*, de Marshall McLuhan. Para ele, muito mais importante do que discutir as ideologias, era discutir os meios de disseminação das mensagens, que as tornava igualmente dependentes de um mesmo sistema hipócrita. Diz ele:

Para mim, a política já se encontrava mais intrinsecamente relacionada com a disseminação das mensagens do que com seu conteúdo. Pouco me interessavam as ideologias, quando estas, não importando o quão distintas e opostas, sobreviviam através da dependência hipócrita de um mesmo sistema. Eu nunca consegui enxergar conteúdo independente do meio; é como a escrita sem papel ou a tinta sem a tela. Idéias políticas sempre me pareceram intencionalmente desencarnadas da forma. Foram livros sobre mídia e percepção que fizeram com que me interessasse pela abstração. Continuava a frequentar museus e me inteirei de obras de excelentes artistas como Helio Oiticica e Lygia Clark, que lidavam com a linguagem visual como um trampolim para questões ligadas aos mecanismos da identidade social e política. Sentia enorme afinidade com essa linguagem, mas quando eu saía dos museus e ia para casa em ônibus superlotados e fedorentos, a abstração me parecia injusta e impassiva. Não há como abstrair o cheiro da pobreza. A limpeza dos museus me tornava consciente do cheiro nos ônibus. E os ônibus me faziam desconfiar da limpeza nos museus (MUNIZ, 2007, p. 12).

Muniz relata que se sentia pequeno e perdido nessa vasta ambiguidade entre a ambição e a hipocrisia e que este foi um dos fatores que o levou mais tarde a mudar-se do Brasil. Em 1979 ingressou no curso de Publicidade e Propaganda da Fundação Armando Álvares Penteado e em 1980 foi contratado por uma pequena agência de anúncios (LAGO, 2009, p.28). Então, em 1983 um “feliz acontecimento”, como descreve o artista, decidiu

seu futuro: ele saía de uma festa e presenciou uma briga entre dois homens. Foi socorrer o homem que apanhava e acabou sendo baleado na perna por ele, que lhe ofereceu uma boa quantia em dinheiro para que Muniz não registrasse queixa na polícia. Foi com este dinheiro que comprou a passagem de avião que o levou até os EUA, onde viveu ilegalmente por alguns anos no subúrbio de Chicago, na casa de uma tia materna. Ajudava a tia com as crianças, trabalhava no estacionamento de um supermercado e fazia aulas de inglês à noite, porém só conseguiu aprender mesmo o idioma depois de fazer aulas de culinária e carpintaria (LAGO, 2009, p.28). Em 1984 conheceu Nova York durante um feriado de Quatro de Julho, quando foi ao *Museum of Modern Art* e ao *Empire State Building*, e, encantado, decidiu mudar-se para a cidade.

Passou a viver no *East Village*, a “meca da subcultura” na época, onde era possível cruzar com Andy Warhol, James Brown e Keith Haring (MUNIZ, 2007). Nesta época, trabalhava de dia e fazia cursos de direção teatral e cenografia à noite. Em 1985 passou a trabalhar em uma loja de molduras, que servia como linha de montagem de objetos decorativos baratos. De acordo com Muniz, eles adquiriam enormes telas em estilo impressionista pintadas por artesãos chineses, e as emolduravam com imitações de madeira em estilo barroco, anexando a biografia do “grande mestre europeu” que as havia pintado. “Eu cheguei a pintar alguns quadros de grandes mestres europeus para fazer um dinheiro extra. Eles me rendiam duzentos dólares cada um”, diz Vik (2007, p.14). Este trabalho foi importante, pois o colocou em contato com outros jovens artistas que buscavam se estabelecer no cenário nova-iorquino, como o jamaicano Arthur Simms, que o incentivaram a visitar vernissages, colocando-o em contato com mais pessoas do mundo das artes. Muniz se disse surpreso ao descobrir que as pessoas que circulavam neste meio não sabiam muito mais do que ele sobre arte, filosofia, ou qualquer outra coisa. Gostava de frequentar o *Metropolitan Museum of Art*, por ser um lugar barato para entrar, em que era possível ficar horas sem ser importunado para comprar alguma coisa. Conta que isto lhe permitia observar as pessoas com seu ar atento em frente aos quadros, ou a maneira como se movimentavam no

espaço, para frente e para trás num jogo de perder e reencontrar o foco. Foi então que, em 1986, depois de ver uma exposição de Rubens e ter ficado encantado com o retrato de *Clara Serena* pintado pelo artista, voltou para casa e se pôs a desenhar, mas a partir de então com a intenção de que as pessoas vissem o que produzia (MUNIZ, 2007; LAGO, 2009).

Por volta de 1988 começou a usar o estúdio de um colega da loja de molduras, John Lekay, no qual trabalhavam produzindo “objetos pseudocientíficos que expunham a banalidade das coisas” (MUNIZ, 2007, p.16). Vik construía coisas como máquinas que nada faziam senão consumir eletricidade, gaiolas para aprisionar vento, prateleiras para acumular poeira, e Lekay produzia engenhocas que gravavam e emitiam seus próprios ruídos e também esculturas perfumadas. Os dois começaram a enviar *slides* na esperança de encontrar um local que acolhesse suas obras, até que receberam a proposta de participar de um projeto chamado *Gravity and Blindness*, em um lugar chamado *P.S 122*, no *East Village*. Foi a primeira vez que Vik Muniz expôs uma obra sua.

Foi após ver uma exposição do artista Jeff Koons que Muniz diz que sentiu qual era seu lugar no cenário artístico. “Sua falta de preconceito em relação à arte comercial era tão honesta como a de Warhol, e sua maneira direta e realista de lidar com ideias, além de honesta, me pareceu enormemente inspiradora” (MUNIZ, 2007, p.16). Decidiu mandar uma carta aos curadores Tricia Collins e Richard Milazzo, que concordaram em visitar a mostra de Vik. Acabaram comprando algumas peças, e o convidaram para participar de uma exposição na Califórnia, além de apresentá-lo para seu primeiro *marchand*, Stefan Stux. Quatro meses mais tarde aconteceu sua primeira exposição em uma galeria. A partir daí Muniz participou de diversas exposições coletivas: nos Estados Unidos, Alemanha, Holanda. Em 1991 surgiu interesse em seu trabalho na França, e ele decidiu mudar-se para Paris; fez uma exposição individual em São Paulo no Gabinete de Arte Raquel Arnaud, sua primeira exposição no Brasil.

Foi apenas em 1992, quando retornou à Nova York, que Muniz abandonou a escultura e voltou-se para a produção de fotografias como resultado final de seu trabalho. Sua carreira então decolou e sua arte viajou

o mundo. Segundo o próprio artista, foi em 1996, com a série *Crianças de Açúcar* que sua obra passou por uma virada e consolidou a escolha de um estilo, de um caminho estético. Foi com essa série também que Vik Muniz teve seu nome finalmente consagrado no mundo artístico (LAGO, 2009, p.30). Nesta série o artista reconstrói em desenhos com açúcar retratos individuais que tirou de crianças que conheceu no Caribe no verão de 1995, com as quais acabou fazendo amizade. Um dia foi convidado por elas para conhecer seus pais, do outro lado da ilha de St.Kitts. E surpreendeu-se com o contraste entre a doçura e alegria das crianças e a aparência cansada e amarga dos pais. Enxergou ali o retrato de uma troca injusta: o trabalho exaustivo nas plantações de cana e o salário miserável amarguravam e extinguíam a doçura infantil na metamorfose da passagem da infância ao mundo adulto do trabalho nas plantações. De volta ao seu ateliê e inspirado também pelo poema “O açúcar”, de Ferreira Gullar, desenhou as crianças com açúcar e ao final de cada desenho colocou o açúcar usado em um vidro, com a foto original dentro, como se fosse o rótulo. O trabalho fez muito sucesso e os seis retratos estão espalhados em coleções pelo mundo todo, incluindo a biblioteca da escola para crianças de St.Kitts.



A partir desta série veio também *Ulterior* (ou *Aftermath*), de 1998, na qual trabalhou junto a crianças de rua de São Paulo, reconstruindo seus retratos entre os restos do carnaval encontrados nas ruas da cidade. Entre seus trabalhos mais conhecidos podemos citar a *Medusa Marinara* (1997), as

séries *Imagens de Chocolate* (1997), na qual recriou imagens famosas utilizando chocolate como tinta, *After Warhol* (1999), na qual utiliza elementos como geleia de morango e pasta de amendoim dentre outros para desenhar as imagens que serão fotografadas, *Imagens de Revista I e II* (2003 e 2011), *Diamantes* (2004), *Sucata* (2006). Outro ponto importante de sua carreira foi o lançamento do documentário *Lixo Extraordinário*, em 2010. Dirigido por Lucy Walker, João Jardim e Karen Harley, o filme foi premiado em 2010 no Festival de Sundance e no Festival de Berlim e indicado ao Oscar de melhor documentário em 2011. Desde então fez novas séries, como *Castelos de Areia* (2013), *Postais de lugar nenhum* (2013), *Colônias*²⁴ (2013) e *Álbum* (2014), para citar apenas algumas. Em 2011 ainda lançou o livro infantil *Melchior, o mais melhor*, que contou com ilustrações de Adriana Calcanhoto. Em 2014 lançou o documentário *Atrás da Bola (This is not a Ball)*, a respeito da paixão mundial pelo futebol e do sujeito pela bola.

Em 2015 Vik Muniz ganhou destaque na Bienal de Veneza com *Lampedusa*, obra com a qual buscou chamar atenção para a negligência da Europa em relação à morte de milhares de imigrantes no Mar Mediterrâneo, com o cancelamento da operação *Mare Nostrum*, de busca e resgate, que foi substituída pela operação Tritão, uma tentativa militar de dissuadir os emigrantes de prosseguirem viagem (MUNIZ, 2015b). O nome da obra é uma referência ao naufrágio que ocorreu próximo à ilha italiana, e que vitimou 360 pessoas em 3 de outubro de 2013. Porém, antes mesmo que Muniz conseguisse apresentar seu projeto na Bienal de Veneza, um naufrágio ainda pior aconteceu, desta vez matando 1.200 pessoas no Mediterrâneo. Se a ideia original do artista era a de produzir uma recordação da tragédia que funcionasse também como um lembrete do perigo a que os imigrantes estavam expostos, desde então a obra tornou-se um projeto para arrecadar fundos para instituições ligadas à arte que

²⁴ Esta em parceria com o cientista Tal Danino. Há um vídeo disponível no youtube através do qual é possível conhecer melhor o trabalho: "Turning Living Cells into Art", disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XC5686nBOf4>

auxiliam os filhos dos imigrantes a se adaptarem e se recuperarem das suas experiências traumáticas, depois de chegarem à Itália, diz Muniz (2015b).

A obra *Lampedusa* consiste em um barco de madeira do tamanho dos *vaporettos* tradicionais de Veneza, que o artista encomendou aos artesãos locais, e que revestido de ampliações de notícias de jornais italianos sobre o referido naufrágio, simula um gigante barquinho de papel. Vik define sua obra não como uma “crítica”, mas como uma “plataforma”, um meio de fazer as pessoas pensarem a respeito dos naufrágios e da situação dos imigrantes refugiados, bem como no papel da União Europeia frente a tudo isso. Na obra temos o contraste entre a solidez da madeira dos artesãos italianos e a fragilidade do papel de um barquinho construído com notícias velhas sobre imigrantes: notícias de ontem que não param de se repetir. Tragédias que são tratadas com descaso por quem poderia evitá-las, vidas que são negligenciadas, violentadas, ignoradas, lançadas ao mar e condenadas a enfrentar a força do oceano em embarcações frágeis. Como já foi dito, Muniz foi ele próprio imigrante ilegal por muitos anos, e sentiu na pele as dificuldades de encontrar-se nesta situação. Assim, esta também é uma temática cara para o artista. A fragilidade da vida e a esperança de milhares de refugiados representadas na sutileza de um barquinho de papel retornam para desconcertar os canais de Veneza. Feita por um latino americano que emigrou após levar um tiro, *Lampedusa* nos choca com o contraste entre o caráter lúdico e infantil da figura de um barquinho de papel a navegar uma poça d’água, e a dureza da realidade dos imigrantes que buscam refúgio.

Muniz (2007) diz acreditar que o grande desafio do artista contemporâneo é criar uma imagem que seja profunda e inteligente mas que seja ao mesmo tempo acessível a todos. Afirmo que não almeja criar um ambiente elitizado para seu trabalho, que não lhe interessa usar uma linguagem que poucos falam. O artista afirma que ele próprio é um filho da cultura de massa. É neste sentido, por exemplo, que inseriu seu trabalho em lugares como a abertura de uma novela, uma possibilidade de questionar quem é afinal o público da arte contemporânea, de apresentar seu trabalho

para milhões de pessoas e de contemplar aqueles que talvez nunca tenham tido a oportunidade de pisar em uma galeria de arte.

Segundo Canongia (2014) o artista empenha-se em interrogar a função da arte num mundo saturado de imagens, verdades e de historicidade, construindo réplicas do que é irreplicável, um desafio no qual o modelo é uma ideia tão ilusória quanto à da cópia e, assim, lança o espectador a enfrentar a própria ilusão, frustrando as expectativas do senso comum. Para a curadora da exposição “O tamanho do Mundo”, desde suas primeiras obras, como Relicário, até as mais recentes, como Castelos de Areia, Vik Muniz aposta no duplo-sentido, nas ambivalências, na dúvida, na ironia, nas distorções, no humor. Elementos provocadores que colocam sua obra como mediadora de um diálogo com o público, que é convocado a reposicionar seu olhar e seus pontos de referência na tentativa de compreender as imagens propostas. Inspirado pela ambiguidade das “imagens multiestáveis” (muito estudadas pela teoria da Gestalt, um exemplo famoso é o coelho-pato de Joseph Jastrow), o artista busca expandir seus efeitos do universo da lógica para o da estética. “Quis criar imagens que permitissem ao observador leituras múltiplas, e que ele se tornasse consciente de sua participação” (MUNIZ, 2007, p.40). Rancière (2012) acredita que o que garante a capacidade reflexiva do espectador é a própria qualidade da imagem (ele fala sobre performance) enquanto elemento independente, uma coisa sobre a qual nem o espectador, nem o ator tem total domínio, um elemento terceiro que nenhum deles possui. Parece que é neste sentido que Muniz busca construir seu trabalho, quando diz que faz somente metade da obra, e espectador faz o resto. Muniz diz que

Quando trabalhava em publicidade, era forçado a imaginar um mundo de percepções estatísticas passível de ser calculado, mas simples. Você cria identidades para líquidos e pós; dá-lhes nomes e cores; associa-os a grupos formados segundo critérios étnicos, sociais, econômicos e etários; e dá como pressuposto que a mensagem será percebida por esses grupos de modo homogêneo. Esse é o principal problema que eu tinha com essa abordagem (...). Não queria somente difundir a mensagem, queria ter uma conversa, estabelecer um diálogo (Muniz, 2007, p.17).

O artista utiliza-se da fotografia como último elemento na construção de sua obra. Ao fim, o que nos apresenta é uma fotografia: registro de uma composição difícil de ser classificada, pois passeia entre o universo do desenho, da escultura, da instalação, da cópia, muitas vezes desconstruindo – ou reconstruindo – uma primeira fotografia feita por ele, ou alguma imagem famosa, conhecida do público, que já esteja saturada na memória coletiva. Assim, copia a *Monalisa* de Da Vinci em geleia de morango e pasta de amendoim, faz *O Nascimento de Vênus* de Botticelli com linha, fotografa crianças feitas de açúcar ou da luz que surge pelas brechas do lixo das ruas. Desenha fotografias e fotografa desenhos feitos com materiais efêmeros, criando um real simulado (LAGO, 2009).

A fotografia é um método interessante para obter imagens justamente porque coloca a verdade em questão: é o registro da luz que entra pela lente num momento exato e eterniza uma composição efêmera. Ao mesmo tempo em que se afirma que uma fotografia vale mais do que mil palavras, como se pudesse ser prova irrefutável do que quer que seja, sabemos que sofre o tempo inteiro manipulações que buscam ludibriar aquele que vê, ainda mais em tempos de *Photoshop*. A imagem fotográfica passou a ser utilizada para “comprovar” a existência de um mundo fantástico, que antes existia apenas nos relatos das pessoas e nos poemas dos poetas. Este paradoxo entre verdade e ilusão que a fotografia é capaz de colocar em cena é instrumento de trabalho para Vik Muniz, que o potencializa em suas composições.

Foi a partir do sucesso de *Relicário* (ou *Relíquias*) que surgiu a necessidade de fotografar o trabalho de Muniz para registro e catalogação, e para isso seu *marchand* da época contratou um fotógrafo profissional. O resultado era tão perfeito que o artista pensou que as fotos poderiam facilmente substituir os objetos reais. Mas se a fotografia pode ser indiferente ao que registra, a arte se torna diferente ao ser fotografada, diz Lago (2009, p.17). Ao olhar para as fotografias perfeitas de suas obras, Muniz tinha a sensação de que as esculturas já não eram suas, mas do fotógrafo, e passou a se questionar sobre o poder da representação sobre o objeto. Foi então que decidiu que ele mesmo fotografaria seus trabalhos. E

diz que inconscientemente passou a fazer esculturas com o único objetivo de fotografá-las no final (MUNIZ, 2007; 2009).



É engraçado que, quanto mais falsas, mais fabricadas as imagens da mídia, mais acreditamos nelas. De certa forma, as imagens de Vik se colocam como um espelho capaz de nos devolver jocosamente nosso próprio fascínio pela imagem. Neste sentido, sua *Medusa Marinara* antecedeu o *Instagram*²⁵ em treze anos. É Vik Muniz quem diz que aprendemos a mentir melhor do que a contar a verdade. Para ele, a imagem enquanto documento visual se tornou obsoleta, e continuamos a crer nas fotografias por convenção, hábito, ignorância ou medo frente a uma história desprovida de símbolos. “Fizemos do incrível o visível até deixarmos de acreditar em nossos próprios olhos, tamanho o espetáculo ilusório que a nitidez da imagem digital nos proporciona. Em suma, a tecnologia digital nos permitiu mentir de uma forma mais convincente do que a verdade” (MUNIZ, 2009, p.23). É por isso que precisamos de códigos de barra, assinaturas digitais, faixas magnéticas para garantir validação, diz o artista. Quanto mais realista a imagem, mais vazia nossa imaginação e maior nossa paranóia sobre falsificação e manipulação do que vemos. Especialmente no que diz respeito às imagens da mídia, sabemos que são enganadoras, mas continuamos a acreditar nelas. São tantas e nos interpelam em uma velocidade tão grande, que não dá muito tempo para refletir sobre o que estamos vendo, continua o artista. Não se trata apenas do tempo cronológico que ficamos diante das

²⁵ Aplicativo lançado pela Apple em 2010 que permite o rápido compartilhamento de imagens capturadas pela câmera do celular com outros usuários de redes sociais. Tornou-se muito usado pelas pessoas para fotografar o prato de comida e mostrar para os outros o que se estava prestes a comer.

imagens, mas de um tempo lógico a partir do qual elas exercem seu efeito. E este tempo tem a ver com a relação direta que estabelecem entre significante e significado: é uma comunicação muito bem sucedida, que busca não deixar margens para a dúvida. Algo um tanto quanto irônico, diga-se de passagem, em uma era que foi fundada pelo *cogito, ergo sum* de Descartes. O tempo do espetáculo é o tempo do capitalismo: o da satisfação imediata, das respostas *prêt-à-porter*. As imagens, a informação, devem ser assimiladas imediatamente. A arte, sendo o enigma que é, nos convoca a uma relação que se desenrola num outro tempo que não é o do imediato: nunca se entende toda a mensagem prontamente. É preciso que o espectador aceite a entrada num tempo mais longo e imprevisível – quase como na análise – para desfrutar do jogo da linguagem. Ao planejar seu trabalho, Vik Muniz busca criar imagens que se contraponham à gratificação instantânea que outras formas de apresentação de imagens podem garantir, seja pela fama ou pela intenção de quem as produziu. Por isso que constrói suas obras em múltiplas dimensões (o material, o tamanho, a imagem escolhida, sua apresentação final, etc.), tornando-a um convite praticamente irrecusável, pois consegue inseri-la no tempo exato de uma segunda olhada – o *double take*, quando olhamos para algo que parece comum e logo em seguida percebemos que há alguma coisa fora de lugar, numa produção de estranhamento.

Para Vik Muniz, a “cegueira” provocada pelo excesso de representações visuais vem da impressão de absoluta leveza e transparência do mundo que as imagens refletem. E quem vê por intermédio de tudo se torna tão cego quanto aquele que nada vê, diz. Assim busca atuar sobre essa transparência, sobre essa conexão direta entre o significante e o significado, criando o maior número possível de entraves interpretativos. “Ainda não aprendi como curar essa cegueira, mas vivo descobrindo maneiras de demonstrar como se usa uma bengala” (MUNIZ, 2009, p. 24). No movimento do artista de reapropriar-se da imagem de seus objetos e passar ele próprio a fotografá-los, fazendo da fotografia não apenas registro, mas elemento final do jogo que propõe, a lógica espetacular é transformada em caricatura quando o artista inverte o processo de endereçar o objeto ao outro

em sua forma de imagem – (re)construída com materiais inusitados, “os piores atores possíveis” (MUNIZ, 2007), aos quais o espectador não tem realmente acesso – isto é, o artista “barra” o acesso direto ao objeto, provocando um “curto-circuito” perceptivo, porque evidencia como a imagem foi construída, não apenas a ilusão final, e porque coloca o espectador diante de significados e sentidos conflitantes e assim o registro do simbólico passa a fazer parte daquilo que se vê. Esta é *a pior ilusão possível*. Pior, porque falha, e é no que tem de pior que reside seu sucesso.

De acordo com Lago (2015) através do trabalho com as séries de imagens, o artista gera no espectador o prazer da repetição pelo reconhecimento de uma estrutura que se reapresenta a cada nova imagem. Este sentimento de familiaridade se sucede ao estranhamento inicial que o artista provoca e que engaja o espectador numa relação com a obra, funcionando como a bengala ou a vacina as quais Muniz diz buscar produzir. O processo dialético desenvolvido por Muniz através do jogo entre significados concorrentes para um mesmo significante, das diversas camadas de interpretação que vão se desvelando uma a uma é sua assinatura, mas o alcance de sua obra não se esgota aí, tendo sua potência renovada a cada novo tema com o qual o artista se propõe a trabalhar. Seja o Sarcófago Tupperware, a releitura da Monalisa com geleia de morango e pasta de amendoim, os Postais de Lugar Nenhum ou a Lampedusa, há uma estrutura de construção da imagem que se repete, porém cada uma tem sua potência singular e estabelece um diálogo único. “Humor e ilusão são as ferramentas fundamentais para estabelecer desvios na ordem do real e deslizar para camadas subterrâneas, sutis, que pulsam atrás ou embaixo da normalidade” diz Canongia (2015, p.32), segundo a qual como nos trocadilhos *duchampianos*, Muniz leva o espectador a tropeçar na lógica do *dèja-vu*, instaurando o imponderável no cerne do reconhecível.

Elemento central em seu trabalho, Muniz (2014) compreende a ilusão como parte de todo relacionamento com o mundo que implica trocas simbólicas, situando-a no plano da sobrevivência, pois sem ela não seria possível existir: não haveria linguagem, economia ou religião se não fossem as trocas simbólicas, desde sempre ilusórias, diz ele, pois se a realidade

pode ser compreendida, será sempre por ferramentas que já mudam sua natureza. Para Muniz (2014), o projeto de qualquer artista ainda está relacionado com o realismo, porque o que o artista busca é mostrar o que vê. Da mesma forma que Cézanne pintava a paisagem do modo que a via, através das ferramentas que possuía e da perspectiva da época, o faz Muniz, conforme ele mesmo afirma. O que mudou foi a paisagem, diz o artista. “A minha é a de uma pessoa confusa, que consumiu mídia em excesso, sem discernimento e nenhuma taxonomia. É a paisagem de alguém que não soube organizar a informação que recebeu, pois 90% do que se aprende hoje é através da mídia” (MUNIZ, 2014, p. 93). Por isso que a obra de Vik Muniz parece dialogar tão bem com as discussões sobre a sociedade do espetáculo: é esta paisagem que o artista nos apresenta e é nossa relação com ela que é colocada em questão através de seu trabalho. Se a arte moderna nasce do questionamento do saber estabelecido, se Cézanne estilhaça as leis da perspectiva ordenada a partir de um olho organizador (RIVERA, 2002), Vik Muniz provoca através do humor, da ironia, do sarcasmo, da crítica, da distorção, da ambivalência, da ilusão o olhar pós-moderno, saturado de imagens que impõem seus significados, e com isso o convida a reposicionar-se, permitindo, talvez, que mais do que ter seu olhar monitorado por todos os mecanismos de controle em ação cotidianamente, o sujeito possa fazer ele próprio a experiência produzir um sentido para o que vê. A satisfação pela sensação de familiaridade que produz com suas obras nada tem a ver com a familiaridade burocrática, conforme apontada por Sousa (2007a), que engessa as possibilidades de criação. Pelo contrário, através da construção da *pior ilusão possível*, o artista possibilita que o espectador submetido aos significados prontos se converta em sujeito novamente e reencontre a alegria da inventividade da imaginação.

Considerações finais

*Se as coisas são inatingíveis... ora!
Não é motivo para não querê-las...
Que tristes os caminhos, se não fora
A presença distante das estrelas!*

(Das Utopias, Mario Quintana).

Esta pesquisa nasceu na prática clínica, de uma pergunta que se deu há alguns anos em função de algo que eu não conseguia perceber muito bem. Queria entender de que maneira, através de quais manifestações subjetivas, era possível constatar os efeitos do discurso social na estruturação e no sofrimento dos sujeitos que escutava. Num mundo globalizado, capitalista, no qual a vida das pessoas se organiza em torno do consumo, pela informação que chega “em tempo real” através de telas, e que a comunicação e o contato se dão cada vez mais de maneira remota, foi impossível não chegar até a questão da mediação do laço social pela imagem e se perguntar a respeito dos diferentes tipos de imagens que existem e se todas produzem os mesmos efeitos. Ler Guy Debord foi fundamental para compreender melhor as consequências do modo de produção capitalista sobre o laço social, e a aproximação com o trabalho de Vik Muniz foi um modo instigante de pensar a diferença entre as imagens do espetáculo e as imagens da arte, entre o registro do imaginário e o registro simbólico, entre o regime do instituído e a função da arte (e também da psicanálise) como utopia.

Nesta busca por entender melhor o que é uma imagem e quais seus efeitos, a primeira coisa que fica clara é que nenhuma generalização é possível. Afirmar que a relação espetacular é uma relação social mediada pela imagem não é o suficiente, pois não se trata de qualquer imagem e sim de um modo específico de apresentação que se faz delas. Trata-se do uso que um determinado sistema político, ideológico e econômico faz da imagem, sendo ela a imagem de um produto, de uma empresa, de uma pessoa ou até mesmo uma ideia. E é um uso alienante, na medida em que tenta impor formas e significados obturando as possibilidades de construções singulares. O espetáculo é uma relação capitalista com a imagem. É ao mesmo tempo meio e fim, colocando o desejo a funcionar de acordo com a lógica do consumo, cujo resultado é a reificação do sujeito: a

própria subjetividade é coisificada, reduzida ao seu aspecto material e patologizada ou despatologizada de acordo com os interesses produtivos. Enfim, em um sistema cujo único valor transmitido é o valor do lucro, tudo vira mercadoria. Antes mesmo que o sujeito possa formular qualquer pergunta, as respostas já estão prontas e podem ser obtidas a um click de distância. Sua insatisfação só interessa enquanto puder ser transformada em “investimento”, em “oportunidade de negócio”.

Há alguns meses a Telefônica Brasil disponibilizou no Youtube um vídeo, cujo título é “Conheça a geração Flux²⁶”, um exemplo muito claro do funcionamento do espetáculo como tentei caracterizar-lo neste trabalho. O vídeo inicia com a pergunta “e se seu emprego deixasse de existir hoje? você estaria pronto para repensar suas *habilidades?*”, afinal o mundo está em constante mudança, explica a apresentadora, e *adaptar-se sempre é fundamental*. “Agora o que *te define* não é mais X, Y ou Z”, diz ela, explicando que a última geração de pessoas não tem uma idade em comum, mas *o propósito de ir além do estabelecido e buscar sempre o melhor*: são os pensadores *flux*, “a geração que aceitou o caos como *ordem* e a inovação como *regra*”. O vídeo ainda define estes tais pensadores como aventureiros em mudança constante, cujo desafio é mudar e manter a *paz consigo próprio* e a *felicidade no trabalho*. Uma consultora de carreiras, formadora de equipes e líderes do século XXI (conforme informações que aparecem na tela durante o vídeo) também é convocada para falar sobre os *fluxers* e as vantagens que as *empresas* têm ao contratar alguém com este perfil. Ela diz que o mercado está cada vez mais caótico, volátil e incerto e que as empresas precisam, portanto, de profissionais que sejam igualmente *não-lineares*, que embora um pouco confusos, consigam viver neste ambiente de caos *sem sofrer*. Em seguida a apresentadora do vídeo diz que as empresas também têm que se adaptar para receberem este profissional, como a Telefônica fez. A consultora de carreiras concorda, dizendo que é isso mesmo, que as empresas têm que estar preparadas para receber estas pessoas que tem *um perfil totalmente diferente*, que são *criativos*. “E *você*, será que também é um *fluxer?*”, pergunta a apresentadora no quadro seguinte, para então continuar definindo a *atual* geração como não sendo *nada acomodada*, como estando em *busca constante* de conhecimento, de *ampliação* das habilidades, e conseguindo *conciliar tudo isso e também cuidar do corpo e da mente!* A apresentadora segue afirmando que hoje é

²⁶ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=dGzTQx8JRIM>

importante ter flexibilidade e *atitude* para *poder* ver o caos como oportunidade, “afinal, como já dizia *Darwin* há 150 anos, *sobrevive quem se adapta*”, encerra ela.

Um vídeo interessantíssimo: a escolha exata de palavras, de imagens e de tom te fazem quase desejar ser um *fluxer* moderninho, criativo e vencedor, que encara o caos do mercado sem sofrer. Que dá conta das infinitas exigências. Que se adapta. Que ao invés de sentir-se inseguro e frustrado pela necessidade de mudança constante, se sente em uma aventura e vê em tudo uma oportunidade. Que lindo! Nenhuma palavra é dita sobre leis trabalhistas e precarização das relações de trabalho, sobre sobrecarga de atividades, sobre a angústia e o medo de não “se adaptar” e perder o emprego, sobre o sofrimento pela necessidade de abandono de projetos nos quais se acreditava e com os quais se possuía alguma identificação para além da questão financeira. Aliás, a única identificação possível é com a figura do “vencedor adaptado”. Na ordem do dia do caos do mercado, o sofrimento está proibido.

Temos aí o exemplo espetacular do discurso de um sistema incapaz de autocrítica, que faz uma afirmação tautológica da aparência: o que aparece é bom, e o que é bom aparece. É certo que a questão da visibilidade é fundamental para o sujeito assim como é para a vida em sociedade, mas o espetáculo esconde enquanto mostra. E é por isso que é preciso perguntar a respeito do que é mostrado e do que é invisibilizado no espaço social. A quem serve, afinal, esta afirmação da aparência como sendo tudo o que há, ou pelo menos tudo o que é válido de ser olhado? O espetáculo, em seu totalitarismo de formas, não serve para a denúncia dos modos de opressão, mas sim para a reprodução do modelo instituído, para a alienação do sujeito como instrumento de manutenção de um sistema que tem como resultado a precarização das condições de vida em seu sentido mais amplo. Sendo assim, pensar a respeito da lógica espetacular é fundamental para compreender de que maneira se dá a obturação e apropriação do desejo, seu controle pela ótica do consumo, a obstrução do pensamento e dos processos de simbolização – o que leva a passagens ao ato e a uma adesão servil às relações de poder instituídas, ao discurso do Outro – ao mesmo tempo em que produz o ocultamento do processo histórico, ocultamento de tudo o que escapa à linguagem das imagens no aqui-agora espetacular e que exige um trabalho de elaboração simbólica do pensamento e dos discursos (KEHL, 2004b). É por estes mecanismos, se assim podemos chamar, que temos a apropriação da inventividade do sujeito, transformado em

consumidor de fórmulas prontas, que vão desde brinquedos que brincam sozinhos, do consumo de fantasias enlatadas até a medicalização do seu sofrimento.

Um dos efeitos que podemos perceber deste empuxo às soluções *prêt-à-porter* é que do lado do sujeito se constitui uma grande dificuldade de lidar com o não-saber e as possibilidades de invenção de caminhos próprios, como se as respostas estivessem esperando para serem encontradas, ao invés de construídas. Não parece estranho, por exemplo, ter que recorrer a testes vocacionais – que são instrumentos técnicos padronizados – para realizar a escolha profissional? E na prática clínica alguns pacientes têm, por exemplo, a necessidade de transformarem as interrogações produzidas em sessão em “temas de casa”, como se as perguntas precisassem se converter em uma exigência (“pense sobre isso!”) ou tarefa a ser cumprida para que seja possível produzir alguma coisa a partir delas.

É importante que fiquemos atentos às prescrições, pois o funcionamento imperativo do imaginário pode ser violento, como tão bem apontou Kehl (2004a). A violência é um dos resultados possíveis causados pela angústia diante do que não se consegue simbolizar. Assim, sob a ótica do espetáculo, para o sujeito também passa a ser mais complicado lidar com o diferente, com o outro que nos aponta nossos limites, nossa insuficiência, que abre brechas nos significados prontos, tornando-se difícil de engajar-se em uma relação de alteridade uma vez que esta sempre comporta uma dimensão de perda. Para que haja laço social, dizia Freud ([1930] 2010), é preciso que cada um faça renúncias. Mas como perder em uma cultura que afirma o tempo todo a lógica do acúmulo (“leve três, pague dois”), de que devemos ser “vencedores” e não “perdedores”, que temos o direito meritocrático de gozar o máximo possível sobre todas as coisas (“porque você vale muito”), até o ponto em que isto se transforma em um imperativo de gozo (“abra a felicidade”)?

Isto faz pensar também na violência que, atualmente, vale mencionar, encontra nas redes sociais um novo meio de reprodução e adquire ares de fascismo, pois se por um lado as redes são uma forma muito importante de democratização do acesso e do compartilhamento de informações e opiniões, por outro funcionam como mais um meio de desumanização do outro, do semelhante: o que se tem diante de si é uma tela, e não uma pessoa. Só se conhece o outro através de recortes que deixam de fora toda a complexidade do humano, engendrando um modo de agir apaixonado e pouco reflexivo, que não fica restrito ao mundo virtual. Disso, um bom exemplo são os diversos relatos

de agressão a pessoas usando vermelho nas ruas, em um momento de extrema espetacularização político-midiática, que busca produzir uma polarização maniqueísta na sociedade brasileira de modo a esvaziar o devido debate político.

É claro que a produção deste tipo de violência não é novidade, nem pode ser colocada somente na conta das redes sociais. A propaganda de desumanização do outro como estratégia de poder é antiga, mas há que se levar em consideração as nuances particulares que esta adquire nestes nossos tempos, cujo conceito de “rede social” faz com que as pessoas se criam de fato engajadas no espaço público e em uma efetiva “relação social”. Enfim, a facilidade de selecionar contatos e conteúdos de maneira que fique de fora tudo o que desagrade, é um fator que precisa ser levado em consideração para pensarmos a respeito de como e por quais meios esta forma de violência encontra amparo na sociedade contemporânea. Indo neste sentido, de pensar os efeitos dos “recortes” que se fazem daquilo que interessa ser mostrado/visto, permitam-me um parêntese a respeito de outro aspecto do capitalismo: seu desenvolvimento através de “crises”, que ao invés de enfraquecê-lo só fazem fortalecer cada vez mais a selvageria do capital. Os meios veiculam um discurso de caos da atualidade como se vivêssemos o pior período da história da humanidade. Isto me faz pensar na figura fascista do “cidadão de bem” quase como uma formação reativa a esse cenário distópico. O cidadão de bem é o cidadão aterrorizado. Que futuro o mundo nos oferece? Quais possibilidades temos senão a do “cada um por si” e viver apenas pensando no gozo do aqui e agora? Quem lucra com esta produção de distopia, com este clima de medo?

Aliás, falando em crise, é preciso fazer mais um adendo e dizer que o clima político que se produziu no Brasil no último ano e em especial nos últimos meses tem tornado um tanto quanto angustiante a reflexão sobre as produções da sociedade do espetáculo, ao mesmo tempo em que me torna extremamente consciente da importância e das questões que busquei levantar no âmbito desta pesquisa. Mas enfim: diante da paralisia é preciso lembrar sempre que se mesmo dentro desta lógica violenta se conseguem armar denúncias, é porque ainda há quem invente formas de resistir. Os meios não são neutros, mas também não existem sem as pessoas e o sujeito de desejo se reproduz naquilo que escapa. Frente às distopias do capital e do espetáculo, temos a arte e a psicanálise como formações utópicas de resistência contra o desfalecimento do verbo promovido pela expansão do campo da imagem sobre o campo da palavra (Didier-Weill, 1997).

Enquanto o espetáculo afirma apenas a lógica do consumo e o valor do lucro, é incapaz de autocrítica e opera como um congelamento no tempo lógico do instante de ver (LACAN, [1964] 2011), a arte, e em especial a arte moderna, se ocupa da crítica às imagens e ao estabelecido, de sua desconstrução. Não nasce da intenção de vender ou convencer, mas do desejo do artista frente a alguma questão que o mobiliza. A psicanálise, por sua vez, opera a partir da ética do desejo, do “ganhar perdendo”; em um tratamento não se paga para ganhar ou obter gozo, mas justamente para perder. Um tratamento psicanalítico vai na contramão da lógica do mercado porque não entrega nada: trata-se de permitir que o sujeito se depare com a falta. Para Kon (2001) a clínica psicanalítica deve guardar em si o parentesco com a atividade artística: sendo um fazer que se dá no próprio ato de feitura, sendo invenção de valores originais, criação de uma nova realidade. Só no fazer é que a psicanálise é encontrada, concebida e inventada, diz a autora. Não se trata da descoberta de subterrâneos enterrados, mas da criação de uma multiplicidade de sentidos, da construção de novas realidades (KON, 2001, p. 45). De acordo com Kon, as formações do inconsciente têm sua vida pela forma de sua construção, e alerta que o fazer psicanalítico não pode ser confundido com uma mera tradução da essência de algum conteúdo por detrás da forma. A autora defende: não somente o que a obra de arte “diz” jamais poderá ser inteiramente expresso por palavras, mas também o que é dito em sonhos, em sintomas, não poderá ser inteiramente falado. Propõe que é numa relação transformadora com a obra de arte e com as demais formações do inconsciente que se instaura essa multiplicidade de sentidos: o que hoje aparece como sentido dado, não estava lá sem nossa presença. O *a posteriori* freudiano ganha assim sua potência mais radical, marcando um deslizamento da noção de tempo, de causalidade, promovendo a instauração de uma nova forma de inteligibilidade. A própria noção de inconsciente é transformada: ele não é sentido ocultado, mas uma forma de criação de sentidos (KON, 2001, p.47). A função de um analista de fato não se trata de ser, mas sim se funcionar como um: a pessoa mesma, o seu saber não importa, o que importa é que desde sua posição de escuta provoca o outro a trabalhar considerando a própria divisão que o funda. A psicanálise é revolucionária justamente na medida em que provoca este deslocamento do lugar do saber. É por aí que se coloca na contramão do espetáculo. Ao demonstrar que “O Eu não é senhor em sua própria casa”, Freud provoca uma ferida narcísica, como ele mesmo diz, no homem moderno – que se já não era mais o centro do mundo e nem

criado por Deus, agora também não é mais senhor de si. O saber racional passa a ter que conviver com a fantasia enquanto verdade fundante do sujeito.

E a capacidade de fantasiar é o elemento que se encontra colonizado, e até em certa medida apagado pelas imagens do espetáculo: a fantasia depende da invenção de formas de lidar com a falta fundante do sujeito. “Temos de desvendar mistérios sem esquecermos de criar outros novos. O passo brutal que a humanidade se impôs está concentrado exclusivamente na remoção de toda a inescrutabilidade e ambiguidade nesta passagem pela vida”, diz Vik Muniz (2007, p.7). E é à criação de ambiguidades que o artista se propõe em seu trabalho. Com a construção da *pior ilusão possível* Vik Muniz lembra-nos de que a correspondência entre o nome e a coisa, entre o significante e o significado, não é exata. Há muitas pedras no meio do caminho: é isto o que é visibilizado na obra do artista. Através dos entraves que cria à interpretação Muniz nos lembra de que há muito mais por trás das imagens, e nos convoca a pensar sobre o que vemos. Em uma passagem de *Reflex* o artista fala que peças famosas como a Mona Lisa muitas vezes acabam nos ofuscando com seu significado: as pessoas querem ficar diante delas sem necessariamente olhá-las. Seu valor de objeto se sobrepõe ao seu valor como imagem (MUNIZ, 2007). Quando Muniz recria uma obra como a Mona Lisa a partir de materiais do cotidiano, consegue burlar um pouco este fetichismo (embora, é claro, nada impede que sua própria obra torne-se uma imagem-objeto-fetice. Como ficar famoso, adquirir visibilidade, sem ser fetichizado, eis a questão). É o que buscou realizar também com a série *Verso*, que tem retomado nos últimos anos, e que junto com *Lampedusa* se constitui num retorno seu à escultura. Nesta série recria o verso de quadros famosos, não permitindo ao espectador ver a imagem que estaria na frente. Ao contrário, o verso exhibe uma série de adesivos que indicam onde a obra original já foi exposta. Muniz joga com o fetiche das imagens, num movimento de inversão parecido com o das crianças da série *Objeto Invisível*. Não se trata de entregar aquilo que os olhos querem ver: a função da arte é outra coisa. Tem a ver com permitir e instigar a imaginação. E isto fica claro no trabalho de Vik Muniz.

Aproximar arte e psicanálise, bem como Debord e Lacan, na tentativa de produzir ferramentas para pensar a imagem no laço social contemporâneo, tem a ver com a aposta na pertinência da psicanálise extramuros (Coelho, 2012; Rosa, 2004), – através da qual o pesquisador faz sua análise do social, uma construção a partir da observação de fragmentos, de repetições, levando em conta a ética e as concepções da

psicanálise, para abordar o sujeito enredado nos fenômenos sociais e políticos que o constituem.

Mas, como bem ensinou Lacan, há sempre alguma coisa que fica de fora. O possível é sempre falho. E escrever estas considerações finais não foi fácil. O desejo de chegar logo ao fim se mistura com o desejo de continuar, com aquele tanto de incômodo que resta sempre pela distância que há entre o trabalho idealizado e o trabalho que foi possível. O texto final não foi capaz de dar conta de todo o aprendizado que aconteceu ao longo deste tempo de reflexões sobre a sociedade do espetáculo, o sujeito contemporâneo e a imagem. Há muitas coisas que ficaram faltando, esperando por serem ditas, aprofundadas. Autores que conheci e dos quais gostaria de me aproximar para seguir pensando, dentre eles Walter Benjamin, Milton Santos, Nuccio Ordine, Julian Assange, Slavoj Žižek, para citar apenas alguns, cujos livros ficaram na minha estante esperando sua vez de serem lidos.

Falha, brecha, furo: três palavras que podem ser significantes de fracasso, e que tenho a sensação de ter repetido exaustivamente ao longo deste escrito, porém apontando sempre para a potência que existe nelas. A psicanálise ensina que é só da falta que pode advir o sujeito de desejo, e as utopias ensinam que das brechas se cria o novo. Fracasso e potência andam lado a lado. Assim, todas as faltas, falhas, brechas e furos aqui presentes são o que segue mobilizando meu desejo de continuar pensando sobre as questões aqui apresentadas e outras que daqui podem derivar. A apropriação da infância pela indústria capitalista e pela mídia é um tema que muito me interessa, e que desejo seguir pesquisando; da mesma forma também gostaria de compreender melhor a violência, a exclusão e o fascismo e sua relação com nossa organização social. Enfim: alguns fios ficam soltos para que se possa amarrá-los a trajetos novos. O trabalho chega ao fim, sem estar terminado.

A validade do que foi produzido até aqui se coloca *a posteriori*, em função dos efeitos e reverberações que produzir. E neste sentido o conceito de utopia se faz presente como parte da própria estrutura deste escrito, do início ao fim, na medida em que é compreendida como aquilo capaz de produzir movimentos, inquietações, desequilíbrios e apontar para outras saídas possíveis. Se este trabalho será capaz de produzir novas utopias, não sei. Mas com certeza é como efeito delas que (re)nasce.

Referências Bibliográficas

ADORNO, Theodor W. O ensaio como forma. In: Notas de literatura I. São Paulo: Duas Cidades, Ed. 34.2003.

ADORNO, Theodor & HORKHEIMER, Max. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas. Pp. 169 a 214. In: LIMA, Luiz Costa. *Teoria da cultura de massa*. São Paulo: Paz e Terra, 2002. Disponível em: <https://nupese.fe.ufg.br/up/208/o/ADORNO.pdf?1349568504> Acesso em 08 de março de 2016.

BRASIL.Presidência da Republica. Secretaria de Comunicação Social. Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. – Brasília: Secom, 2014.

BUCCI, Eugênio & KEHL, Maria Rita. *Videologias: ensaios sobre televisão*. São Paulo: Boitempo, 2004.

BUCCI, Eugênio.A crítica de televisão. In: BUCCI, Eugênio & KEHL, Maria Rita. *Videologias: ensaios sobre televisão*. São Paulo: Boitempo, 2004a

_____. Na TV, os cânones do jornalismo são anacrônicos. In: BUCCI, Eugênio & KEHL, Maria Rita. *Videologias: ensaios sobre televisão*. São Paulo: Boitempo, 2004b

CANONGIA, Ligia. Vik Muniz: o tamanho do mundo. In: *Vik Muniz: o tamanho do mundo*. Curadoria Ligia Canongia. Rio de Janeiro: Imago Escritório de Arte, 2014.

_____. Vik Muniz e o teatro das aparências. In: LAGO, Pedro Corrêa (org.). *Vik Muniz: catalogue Raisonné (1987 – 2015)*, vol.1, 1 ed. Rio de Janeiro: Capivara, 2015.

CHAUÍ, Marilena [vídeo]. *A contração do tempo e o espaço do espetáculo*. In: Café Filosófico: espaço, tempo e mundo virtual. Curadoria de Olgária Matos. Promovido em 29 de setembro de 2011 . Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=jC-LwwyCdXI> > Acesso em 15 de março de 2016.

CHEMAMA, Roland. Um sujeito para o objeto. In: GOLDENBERG, Ricardo (org). *Goza!:* capitalismo, globalização e psicanálise. Salvador: Ágalma, 1997.

COELHO, Daniel Menezes. A psicanálise na pesquisa em psicologia social.In: *Estudos contemporâneos da Subjetividade*. Vol.2, nº2. 2012

COELHO, Daniel Menezes & SANTOS, Marcus Vinicius Oliveira. Apontamentos sobre o método na pesquisa psicanalítica. In: *Analytica Revista de Psicologia*. São João del-Rei v. 1 n. 1, p.90-105. Julho/dezembro de 2012. Disponível em: <<http://www.seer.ufsj.edu.br/index.php/analytica/article/viewFile/235/285>> Acesso em 22 de abril de 2015.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo* [1967]. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

_____. Comentários sobre a sociedade do espetáculo [1988]. In: DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DERAKHSHAN, Hossein. *Salve a internet*. Disponível em: <<http://piseagrama.org/salve-a-internet/>> Acesso em 12.03.2016

Emissoras faturam R\$6 bi só com merchandising. Disponível em <<http://revistapontocom.org.br/nao-categorizada/emissoras-faturam-r-6-bi-so-com-merchandising>> Acesso em 12 de março de 2016.

DIDIER-WEILL, Alain. *Nota azul: Freud, Lacan e a Arte*. Rio de Janeiro: Contra Capa, 1997.

DUNKER, Christian Ingo Lenz. *Mal-estar, sofrimento e sintoma: uma psicopatologia do Brasil entre muros*. São Paulo: Boitempo, 2015.

FREUD, Sigmund. Psicologia de grupo e análise do ego.[1921] In: FREUD, Sigmund. *Obras psicológicas completas de Sigmund Freud*: edição standard brasileira. Rio de Janeiro: Imago, 1996.

FREUD, Sigmund. *O mal-estar na cultura [1930]*; Porto Alegre, RS:L&PM, 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios. Acesso à Internet e à Televisão e Posse de Telefone Móvel Celular para Uso Pessoal 2013. Rio de Janeiro, 2015.

JERUSALINSKY, Alfredo. Violência e agressividade na infância. In: Autoridade e Violência/ Comissão de Aperiódicos da Associação Psicanalítica de Porto Alegre (org.) – Porto Alegre: APPOA, 2011.

KEHL, Maria Rita. O tempo e o cão: a atualidade das depressões. São Paulo: Boitempo, 2009.

_____. Televisão e violência do imaginário. In: BUCCI, Eugênio & KEHL, Maria Rita. *Videologias: ensaios sobre televisão*. São Paulo: Boitempo, 2004a.

_____. Visibilidade e espetáculo. In: BUCCI, Eugênio & KEHL, Maria Rita. *Videologias: ensaios sobre televisão*. São Paulo: Boitempo, 2004b.

LACAN, Jaques. *O Seminário, livro 17: o avesso da psicanálise*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1992.

_____. A instância da letra no inconsciente ou a razão desde Freud [1957]. In: LACAN, Jacques. *Escritos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.

_____. *Seminário, livro 11: os quatro conceitos fundamentais da psicanálise [1964]*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

_____. *Seminário, livro 20: mais, ainda. (1972/1973)*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

_____. *Seminário, livro 2: o eu na teoria de Freud e na técnica da psicanálise*. 2 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

_____. *Conferência em Milão: Do discurso Psicanalítico*. Tradução de Sandra Regina Felgueiras. Disponível em <http://trilhar.org/2015/03/25/conferencia-de-lacan-em-milao-em-12-de-maio-de-1972-parte-2-traducao-de-sandra-regina-felgueiras/> acesso em 24 de janeiro de 2016.

KON, Noemi Mortiz. Entre a psicanálise e a arte. In: SOUSA, Edson Luiz André; TESSLER, Elida & SLAVUTZKY, Abrão (orgs). *A invenção da vida: arte e psicanálise*. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2001.

LAGO, Pedro Corrêa (org.). *Vik Muniz: catalogue Raisonné (1987 – 2015)*, vol.1, 1 ed. Rio de Janeiro: Capivara, 2015.

LARROSA, Jorge. O ensaio e a escrita acadêmica. In: *Educação e Realidade*, Vol.28, N.2. Julho-Dezembro de 2003. Disponível em: <http://www.seer.ufrgs.br/educacaoerealidade/article/viewFile/25643/14981> Acesso em 21 de janeiro de 2016.

LIPOVETSKY, Gilles & SERROY, Jean. *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*. 1ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MUNIZ, Vik. *Reflex: Vik Muniz de A a Z*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

_____. Objeto Invisível. In: LAGO, Pedro Correa (org.). *Vik Muniz: obra completa, 1987-2009 – catálogo raisoneé*. Rio de Janeiro: Capivara, 2009.

_____. Entrevista de Vik Muniz a Ligia Conongia. In: *Vik Muniz: o tamanho do mundo*. Curadoria Ligia Canongia. Rio de Janeiro: Imago Escritório de Arte, 2014.

_____. Pictures of Garbage (Imagens de Lixo). In: LAGO, Pedro Corrêa (org.). *Vik Muniz: catalogue Raisonné (1987 – 2015)*, vol.2, 1 ed. Rio de Janeiro: Capivara, 2015a.

_____. Lampedusa. In: LAGO, Pedro Corrêa (org.). *Vik Muniz: catalogue Raisonné (1987 – 2015)*, vol.2, 1 ed. Rio de Janeiro: Capivara, 2015b

RANCIÈRE, Jacques. *O Espectador Emancipado*. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

RIVERA, Tânia. *Arte e psicanálise*. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

_____. *O avesso do imaginário: psicanálise e arte*. São Paulo: Cosac Naifty, 2013.

ROSA, Miriam Debieux. A pesquisa psicanalítica dos fenômenos sociais e políticos: metodologia e fundamentação teórica. In: *Revista Mal-Estar e Subjetividade*, Fortaleza, v. IV n. 2, p. 329-348, 2004.

SILVA, Juremir Machado da. Depois do espetáculo (reflexões sobre a tese 4 de Guy Debord). In: GUTFREIND, Cristiane Freitas & SILVA, Juremir Machado da (orgs). *Guy Debord: antes e depois do espetáculo*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2007.

_____. *A sociedade midíocre*. Passagem ao hiperespetacular: o fim do direito autoral, do livro e da escrita. Porto Alegre: Sulina, 2012.

SOUSA, Edson L. A de. Uma invenção da utopia. São Paulo: Lumme Editor, 2007a.

_____. Função: Estamira. *Estudos psicanalíticos*, Belo Horizonte, n. 30, p. 51-55, ago. 2007b. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-34372007000100007&lng=pt&nrm=iso>. acesso em 05 abr. 2016.

_____. A utopia e a função social da arte. In: *Correio da APPOA*, nº 108. Porto Alegre: novembro de 2002.

_____. As utopias como âncoras simbólicas. In: *Correio da APPOA*, nº 108. Porto Alegre: novembro de 2002b.

_____. Teu tempo te mostrarei em um punhado de pó: psicanálise, utopia e propaganda. In: *Sig: revista de psicanálise/Sigmund Freud Associação Psicanalítica*. – Vol. 3, n. 5 (Jul-Dez/2014). Porto Alegre: Sigmund Freud Associação Psicanalítica, 2014

SOUSA, Edson Luiz André de; LIMA, Manoel Ricardo de. O nome que falta. *Psicologia e Sociedade*, Florianópolis, v. 21, n. spe, p. 51-56, 2009. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-71822009000400009&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 20 Mar. 2016.

SOUZA, Estamira Gomes de. *Estamira: fragmentos de um mundo em abismo*. Baseado no documentário homônimo de Marcos Prado. São Paulo: N-1 Edições, 2013.

TONIN, Juliana. A Imagem em Guy Debord. In: Silva, Juremir machado da; Gutfreind, Cristiane Freitas. (Org.). *Guy Debord: antes e depois do espetáculo*. Porto Alegre: Edipucrs, 2007, p. 43-60.

VIEIRA, Willian. A engenharia da subcelebridade. In: *Revista Carta Capital*, ano XIX, nº771, São Paulo: Editora Confiança, de 23 de outubro de 2013.