

DA PROMESSA AO EXERCÍCIO RESIGNADO DO GOZO: A IDEOLOGIA COMO ENCENAÇÃO¹

Conrado Ramos

Psicanalista, pós-doutor pelo Núcleo de Pesquisa Psicanálise e Sociedade do Programa de Estudos Pós-graduados em Psicologia Social da PUC-SP, doutor pelo Instituto de Psicologia da USP, membro AME da Escola de Psicanálise dos Fóruns do Campo Lacaniano (EPFCL - Brasil) e da Internacional dos Fóruns do Campo Lacaniano (Fórum de São Paulo).
E-mail: conrado_ramos_br@yahoo.com.br

Resumo: A partir do aprofundamento dos argumentos epistemológicos para uma articulação entre teoria social e uma teoria do sujeito pensada por meio da psicanálise de orientação lacaniana, este artigo questiona as mudanças históricas da ideologia. Compreende-se que a ideologia perdeu seu componente de falsidade: não há mais uma autonomia do espírito em relação à realidade material. A ideologia não mais esconde ou nega a realidade, mas a reafirma excessivamente, por meio da indústria cultural e da propaganda: a ideologia se converte na própria realidade. A partir disso, colocam-se questões sobre a consolidação de uma subjetividade pautada pela razão cínica e as funções social e subjetiva da propaganda. Conclui-se que o desejo e o sintoma podem ser tomados politicamente como possibilidade de resistência aos imperativos de gozo da sociedade capitalista e como fontes subjetivas da transformação social e histórica.

Palavras-chave: ideologia; teoria social; psicanálise; razão cínica; propaganda; Jacques Lacan.

Abstract: Based on in-depth epistemological arguments for interconnecting social theory to a theory of the subject thought of by means of Lacan's psychoanalysis, this article puts into question the historical changes of ideology. It is understood that ideology has lost its falsity component: there is no autonomy of the spirit with regard to material reality anymore. Ideology no longer hides or denies reality, but this is excessively reaffirmed, through the cultural and advertising industry: ideology becomes reality itself. Based on this, questions are made about the consolidation of a subjectivity marked by cynical reason and the social and subjective advertising functions. It is concluded

¹ Este texto foi apresentado como conferência, no lançamento da revista *A Peste*, em março de 2012, no TUCA (PUC-SP).

that desire and symptom may be politically taken as a possibility of resistance to the imperatives of enjoyment in the capitalist society and as subjective sources of social and historical change.

Keywords: ideology; social theory; psychoanalysis; cynical reason; advertising.

Nos dias de hoje, aquilo que temos chamado popularmente de consumismo, torna-se cada vez mais um *ethos* social assumidamente ideológico. Como explicar a adesão do particular a esse *ethos*? Foi essa a questão que me motivou à pesquisa, resultando no meu trabalho de pós-doutorado (RAMOS, 2010).

A maioria daqueles que vão às compras do que não precisam e encontram repetidamente a angústia e a insatisfação que ficam após cada renovação do impulso consumista sabe muito bem o que há de alienante no que está fazendo, mas, ainda assim, vai às compras.

A propaganda, em nossos dias, tornou-se um poder de construção de identidades e de manipulação de massas, mais do que de anúncio publicitário de mercadorias. De onde vem seu poder? O que ela promete e por que sua mensagem produz uma adesão imediata e irrefletida?

Uma teoria social é suficiente para explicar em profundidade esses fenômenos? Não precisamos, para tanto, de uma teoria do sujeito?

Entendo que, de um lado, há a constituição social e histórica de uma promessa de satisfação articulada à prática consumista. É o que se cristalizou como *sociedade de consumo e indústria cultural*.

De outro lado, há a suposição de um sujeito que se constitui de modo estrutural, a partir de uma experiência que revela um campo de alienação a um Outro, sustentado por uma fantasia inconsciente pela qual se busca responder ao enigma do desejo.

Tem sido um desafio para mim, há pelo menos vinte anos, investigar como esses dois campos se articulam, determinam-se ou resistem um ao outro.

Para os teóricos da Escola de Frankfurt, em especial Adorno, a quem atribuo o meu entendimento de uma teoria social, os tipos de personalidade de uma época devem ser entendidos a partir das contingências objetivas, que constituem ou capturam as personalidades para seus fins. É a totalidade que mobiliza tendências psicológicas no particular, com o propósito de se perpetuar.

Adorno sugere, em diferentes trabalhos e momentos, o uso da psicanálise para a compreensão do *sistema psicológico* da adesão ao fascismo, seja para o entendimento de como esse sistema é produzido pela objetividade social, seja para o esclarecimento dos mecanismos de sustentação subjetiva dessa objetividade. Trata-se, então, de buscar no *sistema psicológico em si* sua configuração historicamente determinada.

Se, de um lado, o indivíduo não é autônomo, unificado e senhor de si, ele não pode ser reduzido aos mecanismos e processos isolados de um sistema psicológico. Mas, de outro lado, também não podemos tomar o particular como mero produto de contingências objetivas sem a decorrente eliminação de sua dimensão de singularidade.

Cabe lembrá-los aqui de uma diferença importante entre os conceitos de sujeito e subjetividade, tal como os encontramos em Lacan. Pelo termo *sujeito*, compreendo o *sujeito do inconsciente estruturado como linguagem* e, desse modo, o sujeito é universal e não particular. No entanto, em sua própria estrutura, o sujeito advém do discurso do Outro que não é imutável, mas atravessado pela dimensão histórica e social (e, portanto, particular).

Numa teorização lacaniana, desse modo, para além da estrutura universal do sujeito, vamos encontrar tanto a dimensão da *subjetividade* – cujas coordenadas estão marcadas pela história e pelos valores de uma época (ASKOFARÉ, 2008) – quanto a dimensão da *singularidade*, caracterizada pelas inscrições inconscientes de um *fallasser*, tomado na solidão que o caracteriza pela inexistência da relação sexual.

Não podemos, então, falar do sujeito *da* sociedade de consumo, mas do sujeito *na* sociedade de consumo. Mas podemos sim falar da subjetividade *da* sociedade de consumo.

Um teoria que separe sujeito e subjetividade abre, de um lado, um campo indeterminado no qual podemos tentar localizar a experiência da singularidade, ou melhor, a singularidade como experiência. De outro lado, recoloca a opacidade necessária para manter o particular não inteiramente integrável, assimilável e dominado pela totalidade. É pelo fato de o sujeito não se reduzir à subjetividade que a responsabilidade do particular pode ser sustentada. Cito Adorno (1946/s.d.) para exemplificar essa dimensão da responsabilidade do particular:

É altamente duvidoso se o que ocorre no fascismo é uma verdadeira hipnose, pois isso também pode ser uma metáfora fácil, que permite ao observador dispensar uma análise mais aprofundada do fenômeno. Provavelmente, a sobriedade cínica é muito mais característica da mentalidade fascista do que a intoxicação psicológica. Além do mais, todos que já tiveram a

chance de observar as atitudes fascistas puderam notar que mesmo os estágios de entusiasmo coletivo, aos quais se refere o termo hipnose coletiva, possuem um elemento de manipulação consciente, seja pelo líder, seja pelo próprio indivíduo. Dificilmente pode-se ver nesses estágios o resultado de um contágio passivo. Falando psicologicamente, o ego tem um papel muito grande na irracionalidade fascista, para que se interprete o seu suposto êxtase como mera manifestação do inconsciente. Sempre existe algo de espúrio, de autoestilizado e auto-ordenado na histeria fascista. Isso demanda uma atenção crítica, se é para a teoria psicológica do fascismo não se render aos slogans irracionais que o próprio fascismo promove.

Noutros termos, ao concebermos uma estrutura do sujeito, evitamos os riscos de uma falsa reconciliação do particular com o todo por meio da intoxicação psicológica ou do indivíduo inteiramente determinado.

Evitamos também a reconciliação que reduziria o sujeito ao indivíduo pela abolição do inconsciente (segundo a leitura tradicional *Wo Es war, soll Ich werden*, traduzida do inglês para o português da Imago como “onde estava o *id*, ali estará o *ego*” e interpretada como *trazer o inconsciente à consciência*).

Uma teoria do sujeito que o preserve em sua opacidade real é condição para manter o particular em tensão com a história e para fazê-lo falar e agir a partir de seu lugar de história não realizada.

Politicamente, o sujeito não é somente história cristalizada, mas é também devir histórico. Se a teoria social permite pensar o sujeito na história, a teoria psicanalítica, por sua vez, permite pensar a história em potência quando dá voz ao sujeito como *desejante*. A teoria psicanalítica, assim, mais do que buscar o desejo de um sujeito, atribui um sujeito a um desejo, fazendo do *sujeito de desejo* a hiância dialética pela qual, politicamente, visa recolocar em movimento o não-idêntico, o não-integrado, o não-dominado, mas negado, muitas vezes, pela sociedade.

Uma teoria do sujeito, assim, em sua possível articulação a uma teoria social, permite pensar os mecanismos de alienação subjetiva e os meios de combatê-los pela escuta e interrogação do sujeito do inconsciente (como aquilo que a história nega, inclusive).

É evidente que a alienação subjetiva aqui considerada não pode e não deve ser confundida com a alienação social, tal como Marx pôde pensá-la – seja como alienação *do produto* do trabalho (no Marx do paradigma do trabalho), seja, mais radicalmente, como alienação também do saber da produção (no Marx do paradigma da produção).²

² Para mais detalhes sobre as diferenças entre os paradigmas do trabalho e da produção em Marx, sugiro Heller (1985).

É preciso, entretanto, o esforço de articulação dessas dimensões de alienação para que se possa esclarecer o quão fundo podem ir os mecanismos de dominação social e resistir a eles. Não se trata, assim, de culpar o sujeito para desresponsabilizar o social. Mas de buscar os mecanismos pelos quais a objetividade *fisga* o sujeito pelas coordenadas de sua fantasia.

Com os frankfurtianos, podemos entender como a ideologia faz uso do que costumamos chamar de *psicológico* para se perpetuar.

A realidade objetiva, como forma objetiva da ideologia, por meio da comunicação de massa, é interiorizada e se converte em forma subjetiva da ideologia: o *psicológico*. Fenômenos de massa passam a ser atribuídos à irracionalidade do particular, apagando-se seus vínculos com a realidade objetiva.

O mundo atual é administrado a tal ponto que é capaz de governar o *psicológico* (ou a subjetividade, como estamos chamando) apagando os *rastros* que levam da administração objetiva à subjetiva, e produzindo como efeito ideológico a *aparência* de um mundo caótico no qual reinam, à solta e descontroladas, mentes loucas e desgobernadas, carentes de referências, de remédios, de tratamentos, de mais repressão, etc.

Estudar a ideologia, portanto, exige que também se faça o caminho inverso, qual seja, das formas subjetivas da ideologia às suas formas objetivas: do psicológico ou da subjetividade à realidade social e histórica.

Para tanto, a psicanálise é necessária, por poder encontrar a totalidade no particular, como nos mostra Adorno.

O entendimento da ideologia como aquilo que se interioriza e se cristaliza como psicológico, permite apreender o quanto o indivíduo *converte-se* em ideologia: a ideologia passa a ser o meio pelo qual se pode *tornar-se indivíduo*.

A realidade do indivíduo, para os frankfurtianos, é a lógica da alienação e da massificação: pseudoindividação. A sociedade, que um dia precisou do indivíduo em tempos de consolidação do capitalismo, agora não precisa mais. A massificação se torna uma realidade concreta na mesma medida em que a experiência de indivíduo vira uma impossibilidade objetiva. “Indivíduo” passa a ser uma palavra sem conteúdo concreto. A individuação deixa de ser uma singularização para se transformar em integração semidisfarçada.

Algumas questões: tais mecanismos da ideologia são ocultados dos indivíduos pela sociedade atual? A comunicação de massas não é sabidamente mentirosa, apelando antes para argumentos subjetivos artificialmente fabricados do que para atributos objetivos da realidade social?

A ideologia, num sentido marxista que já se tornou clássico, é um conjunto de ideais que ocultam a realidade da luta de classes.

Para os frankfurtianos, segundo os quais o conceito de ideologia deve ser apreendido em sua própria história, a ideologia perdeu seu componente de falsidade: não há mais uma autonomia do espírito em relação à realidade material. A ideologia não mais esconde ou nega a realidade, mas a reafirma excessivamente, por meio da indústria cultural e da propaganda: a ideologia se converte na própria realidade. Diante dessa concepção de equivalência entre ideologia e realidade, podemos encontrar autores que afirmem a queda da ideologia, pois, se tudo passa a ser ideológico, então *ideologia* passaria a ser um conceito sem serventia, além de se tornar inútil, idealista e romântico aspirar por outra realidade.

Compreendo, porém, que essa posição é a própria consolidação do que podemos chamar de *razão cínica*, para a qual, se tudo é ideológico e não há mudanças a médio prazo no horizonte, então gozemos dessa realidade mesmo e nos conformemos com o pouco que ela nos oferece.

No entanto, a ideologia não caiu. E a razão cínica é ideológica, não por *esconder* uma realidade, mas justamente por afirmar o existente como a única realidade possível e justificar a adesão a ela por meio do conformismo.

Terrivelmente, hoje em dia a divulgação da barbárie não tem mais o efeito da indignação, mas sim 1) o do alívio dos que não estão envolvidos, 2) o da resignação diante da suposta impossibilidade de mudanças e 3) o da compaixão como forma de remediar o que não se poderia mais mudar. De qualquer forma, extrai-se da repetição da barbárie a mensagem de que, se não tem jeito mesmo, melhor gozar do jeito que dá... Há um conformismo com o gozo disponível e “oferecido”. Como Horkheimer e Adorno (1944/1991], p. 130) tantas vezes pontuaram na indústria cultural:

A indústria cultural não cessa de lograr seus consumidores quanto àquilo que está continuamente a lhes prometer. A promissória sobre o prazer, emitida pelo enredo e pela encenação, é prorrogada indefinidamente: maldosamente, a promessa a que afinal se reduz o espetáculo

significa que jamais chegaremos à coisa mesma, que o convidado deve se contentar com a leitura do cardápio. Ao desejo, excitado por nomes e imagens cheios de brilho, o que enfim se serve é o simples encômio do cotidiano cinzento ao qual ele queria escapar.

A razão cínica não nega a falsidade da realidade nem a alienação hegemônica, mas nega a historicidade ao julgar impossível qualquer tipo de transformação e, como consequência disso, captura o particular não tanto pela promessa fálica, mas sim por manter inacessível o próprio desejo.

Há, aqui, um ponto ainda muito pouco iluminado pela reflexão, ponto que eu gostaria de deixar ecoar pelo que pude estudar e entender até o momento: *a captura pela promessa fálica talvez seja uma estratégia de dominação subjetiva própria das ideologias ditas românticas que aspiravam uma realidade melhor; quando a ideologia coincide com a realidade, a estratégia de dominação subjetiva passa a ser a do gozo resignado por meio do abandono do desejo.*

A lógica da administração do gozo pela sociedade de consumo talvez não seja tanto, como costumamos ventilar, a da captura narcísica, mas sim a do abandono do desejo, da negação da falta e do conformismo fetichista. Aponto aqui a presença do laço social perverso em torno do gozo facilitado e do abandono do desejo. Para ilustrar, retomo um exemplo de Ramos (2010, p. 151-152):

[...] não podemos supor, por exemplo, que algum homem procure tomar esta ou aquela cerveja porque “imagina” que estará com a mulher que a propaganda associa à marca. Se ele toma a cerveja é porque “sabe” que não terá a mulher. Não é uma pura troca da mulher pela cerveja, para fazê-lo sentir-se um homem privilegiado. Com a cerveja ele “não precisa mais” desejar a mulher. A mulher do comercial, na condição de objeto, não funciona assim como campo de projeção narcísica, da miragem com o objeto idealizado que leva à indiferenciação entre sujeito e objeto, mas como a exceção necessária para a operação do abandono do objeto e do sacrifício do próprio desejo em nome do desejo do Outro. É um gozo de escravo e não de senhor. A mensagem da propaganda, por essa via de compreensão, não é “você pode ter essa mulher, basta tomar essa cerveja”, mas sim “você não pode ter essa mulher...; esqueça! Mas contente-se com a cerveja”.

Nesse contexto, a propaganda se coloca como a voz de um sujeito suposto saber do gozo, a partir de sua mensagem principal, facilmente extraída de suas entrelinhas: “eu sei o que fará você gozar”. Alguns exemplos reais: “a sua melhor diversão”, “o sol na

sua medida”, “mexa-se e pegue a sua”, “o melhor da sua manhã”. Enfim, a mensagem da indústria cultural, por meio da propaganda, é: “todos têm direito ao gozo, há gozo para todos e nós sabemos qual é o seu”. Trata-se de uma *totalitarização* do gozo.

A negação da alteridade e da historicidade transforma todos os problemas e contradições sociais em “distúrbios técnicos”, o que se propaga como a luz por meio da razão administrativa, da racionalidade tecnológica que reduz tudo à relação meios-fins, desse modo fetichizada. A falsidade do próprio todo não é questionada.³

Mas o que a ideologia atual segue, entretanto, ocultando são as contradições entre os imperativos de gozo (a alienação subjetiva) e as experiências singulares de sofrimento e mutilação social cotidiana (manifestações singulares do sujeito, opacidade do sujeito que não se adéqua ao todo). Tudo se passa como se a experiência singular de inadequação do sujeito desejante tivesse sua causa e sua resposta na subjetividade alienada: não se escuta o desejo por sua inadequação radical, mas se o reduz a um desvio no ideal que, hipostasiado, não se coloca tanto no horizonte, mas na atuação, na encenação imediata de extração do mais-gozar.

Desse modo, se alguém sofre é porque tem problemas *pessoais*, pois na sociedade de consumo, haveria gozo para todos; a afirmação do existente supõe o ideal realizado, ainda que de modo insatisfatório: “nada falta, você é que não encontrou o seu...”; ou “tá ruim, mas tá bom...”; ou: “não tem tu, vai tu mesmo...”. Jargões atuais que bem expressam o espírito resignado da razão cínica.

A afirmação do existente desloca o campo da alienação da alteridade ao mesmo, do ideal ao dado, da consciência à *performance*, do pensamento à encenação, não é mais, talvez, a alienação sustentada na espera do paraíso, mas aquela que se realiza no *exercício gozoso do existente*.

A afirmação do existente coloca na encenação uma dimensão ideológica, um campo de impostura fantasmática:

3 Vale a pena mencionar aqui uma importante contribuição que devo a Mauro Mendes Dias que, por ocasião do debate gerado por esta conferência, mencionou a importância de se articular a propaganda ao discurso da ciência, sem o qual há o risco da hipostasiação do conceito de propaganda. Ainda que eu tenha buscado sustentar historicamente o poder que atribuo à propaganda, ao tomá-la como um discurso em sua própria estrutura, acabo por correr o risco de reificá-la, de modo a perder os laços que efetivamente a sustentam dentro de uma sociedade capitalista. Cabe-me, portanto, avançar no que diz respeito às relações entre a propaganda e o discurso da ciência e o que isso contribui para o esclarecimento da retirada de cena do sujeito. Retirada esta que é melhor ser pensada pelo discurso da ciência e não pelo discurso da propaganda, que entra nesse campo do mais-de-gozar próprio do capitalismo num segundo momento e não teria como provocar, isoladamente, o gozo que lhe caracteriza.

A categoria da “impostura” (*phyness*) se aplica aos líderes tanto quanto ao ato de identificação por parte das massas e a seus supostos frenesi e histeria. Do mesmo modo que, no fundo do coração, as pessoas pouco creem nos judeus como demônio, elas também não acreditam completamente no líder. Não se identificam realmente com ele, mas simulam essa identificação, encenam seu próprio entusiasmo e participam, assim, da performance de seu líder. É por meio dessa encenação que atingem um equilíbrio entre seus desejos instintuais continuamente mobilizados e a fase histórica de esclarecimento que alcançaram e que não pode ser arbitrariamente revogada. É provavelmente a suspeita do caráter fictício de sua própria “psicologia de grupo” que torna as multidões fascistas tão inabordáveis e impiedosas. Se parassem para raciocinar por um segundo, toda a encenação desmoronaria, e só lhes restaria entrar em pânico. (ADORNO, 1951/2006, p. 188)

É essa dimensão *performática* da realidade que nos coloca como fundamental a articulação da teoria social com uma teoria do sujeito que considere o conceito de gozo. A ideologia não manipula tão somente a consciência, manipula também o desejo e o gozo. A ideologia não é só um enganar o sujeito, mas um fisgá-lo pelas coordenadas de sua fantasia. A propaganda, assim, sustenta uma montagem coletiva de gozo. *Coloca em cena* os imperativos de recuperação de um gozo perdido por meio de um gozo imediatista e socialmente imposto. *Há uma passagem do gozo como promessa ao gozo como exercício. Um exercício, não do ideal, mas do conformismo!*

Será possível dar conta da ideologia como *encenação* sem uma concepção de gozo e fantasia?

A ideologia se desloca do autoengano para a compulsão!

Vejam o que diz Zizek (1991, p. 162) sobre isso:

Que há de obsceno nisso? Poderíamos dizer que o obsceno é precisamente o fato de *gozar na própria forma*, no que deveria ser apenas a forma neutra, livre de qualquer gozo. Tomemos o caso do edifício ideológico autoritário (do fascismo) que se sustenta num imperativo puramente formal: temos de obedecer porque temos, e não devemos formular pergunta sobre as razões dessa obediência, ou, em outras palavras, devemos renunciar a qualquer gozo, devemos sacrificar-nos sem ter o direito de saber com clareza o sentido desse sacrifício - o sacrifício é em si seu próprio fim, e é nisso que a renúncia ao gozo produz por si só certo mais-gozar. O caráter intrinsecamente obsceno do fascismo prende-se a que ele nos deixa ver diretamente a forma ideológica como seu próprio fim, isto é, como algo que, no final das contas, não serve para nada (a definição lacaniana do gozo): o gozo com a forma surge aí diretamente. Em termos exemplares, basta lembrar esta resposta de Mussolini à pergunta “qual é o programa a título do qual os fascistas pedem para governar a Itália?": “Nosso programa é muito simples: queremos governar a Itália.”

Antes dele, porém, temos Horkheimer e Adorno (1944/1991, p. 87):

A estrutura arquitetônica própria do sistema kantiano, como as pirâmides de ginastas das orgias de Sade e os princípios das primeiras lojas maçônicas burguesas (a imagem cínica que a espelha é o rigoroso regulamento da sociedade de libertinos das *120 journées*) anuncia uma forma de organização integral da vida desprovida de todo fim tendo um conteúdo determinado. Mais do que o prazer, o que parece importar em semelhantes formalidades é o afã com que são conduzidas, a organização, do mesmo modo que em outras épocas desmitologizadas, a Roma dos Césares e do Renascimento, ou o barroco, o esquema da atividade pesava mais do que seu conteúdo. Nos tempos modernos, o esclarecimento desligou as Ideias de harmonia e perfeição de sua hipostasiação no além religioso e, sob a forma do sistema, deu-as como critérios às aspirações humanas. Depois que a utopia que instilava a esperança na Revolução francesa penetrou - potente e impotente - ao mesmo tempo na música e na filosofia alemãs, a ordem burguesa estabelecida funcionalizou completamente a razão. Ela se tornou a finalidade sem fim que, por isso mesmo, se deixa atrelar a todos os fins. Ela é o plano considerado em si mesmo.

E noutro trecho:

[...] Até mesmo a injustiça, o ódio e a destruição tornam-se uma atividade maquinal depois que, devido à formalização da razão, todos os objetivos perderam, como uma miragem, o caráter da necessidade e objetividade. A magia transfere-se para o mero fazer, para o meio, em suma, para a indústria. A formalização da razão é a mera expressão intelectual do modo de produção maquinal. O meio é fetichizado: ele absorve o prazer. (Ibid., p. 100)

Não é a finalidade, mas o próprio meio o que conta! Não importa mais o sentido, o projeto, a esperança ou o horizonte, mas apenas a encenação racionalizada! É a redução do particular à condição de órgão de gozo do corpo social.

E para encerrar, recupero o que disse em Ramos (2010, p. 119):

Nessa dimensão em que os sujeitos “sabem o que fazem e, assim mesmo, fazem-no” (ZIZEK, 1996), vamos encontrar a ideologia não mais do lado do saber (“eles não sabem o que fazem”), mas do lado do fazer. Dizer que os sujeitos “sabem o que fazem e, assim mesmo, fazem-no” não quer dizer que a era da ideologia acabou ou foi superada, mas sim que ela assumiu uma condição *performática* que se distingue muito, na forma e no conteúdo, de sua “espiritualidade” anterior. O cinismo coloca a ideologia no campo da encenação, dando às montagens coletivas em que os sujeitos se deixam capturar um estatuto de “fantasia social” e ao imperativo de gozo, que conclama à repetição do fazer, o sentido próprio de um *ethos* apropriado ao espírito da sociedade de consumo. Se as montagens de consumo são fantasias e o imperativo de gozo é a moral, a propaganda pode ser pensada como o próprio *locus* do poder técnico-administrativo e gerencial da sociedade de consumo.

É no que não se adéqua a tudo isso, desejo e sintoma, que vejo a possibilidade de resistência e a semente possível da transformação. Por isso, eu sigo transitando nesse campo da crítica sem abrir mão de uma ética do desejo e de uma política do sintoma.

Referências

- ADORNO, T. W. (1946). *Propaganda fascista e antissemitismo*. Disponível em: <<http://adorno.planetaclix.pt/tadorno22.htm>>. Acesso em: 03 de fev. 2009.
- (1951). A teoria freudiana e o padrão da propaganda fascista. *Margem esquerda: ensaios marxistas*, São Paulo, Boitempo Editorial, n. 7, p.164-189, 2006.
- ASKOFARÉ, S. *Discours de la science et formes contemporaines de la subjectivation*. Anotações de curso ministrado no Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo em julho de 2008.
- HELLER, A. *The power of Shame*. Londres: Routledge & Kegan Paul, 1985.
- HORKHEIMER, M. e ADORNO, T. W. (1944). *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1991.
- RAMOS, C. *O imperativo de gozo e a propaganda no laço social da sociedade de consumo: uma contribuição lacaniana para o estudo da ideologia e da adesão à indústria cultural*. 2010. 229 f. Tese (Pós-doutoramento em Psicologia Social) – Programa de Estudos Pós-graduados em Psicologia Social. Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 2010.
- ZIZEK, S. *O mais sublime dos histéricos: Hegel com Lacan*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1991.
- Como Marx inventou o sintoma? In: ——— (org.) *Um mapa da ideologia*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996, p. 297-331.

Recebido em 29/9/2014; Aprovado em 22/10/2014.