

Compra um Mercedes Benz prá mim?

Won't you buy me a Mercedes Benz?

*Raul Albino Pacheco Filho**

Resumo

“Mercedes Benz”, hit de Janis Joplin do início dos 70, traz a ironia da contracultura dos sixties ao consumismo e a competição da sociedade capitalista. Exatamente aquilo que o comercial “Impossible is nothing”, da Adidas, pode bem representar. Existe alguma articulação possível entre este slogan e as palavras de ordem “Sejamos realistas, exijamos o impossível”, das convulsões sociais do maio de 68? Partindo da teoria lacaniana dos discursos, este artigo aborda a impossibilidade e a barreira de gozo (impotência) no discurso capitalista e as suas implicações para o habitante da aletosfera. Retomam-se as formulações marxianas da forma mercadoria, do equivalente-geral e da forma dinheiro, para se analisar as transformações introduzidas a partir do momento histórico em que o mais-de-gozar se contabiliza. Considera-se a proposição da mais-valia como equivalente do mais-de-gozar, para se lançar alguma luz sobre a lógica e os fundamentos de gozo do cinismo contemporâneo, seja na versão do “Lobo de Wall Street”, dos doxósofos da universidade, ou ainda do passivo e resignado cidadão da sociedade capitalista. Lembra-se, porém, que a utopia permanece no horizonte.

Palavras-chave: discurso capitalista, forma mercadoria, mais-de-gozar, mais-valia, psicanálise.

Abstract

“Mercedes Benz”, Janis Joplin’s hit of the early 70’s, brings the counterculture’s irony of the sixties against to consumerism and the competition of capitalist society. Exactly what the commercial «Impossible is nothing», Adidas, may

* Raul Albino Pacheco Filho. Professor Titular da Faculdade de Ciências Humanas e da Saúde da PUC-SP, atuando no Curso de Psicologia e no Programa de Estudos Pós-Graduados em Psicologia Social, onde coordena o Núcleo de Pesquisa Psicanálise e Sociedade. Psicólogo com graduação pela PUC-SP e Mestrado e Doutorado pelo Instituto de Psicologia da USP. Psicanalista (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: raulpachecofilho@uol.com.br

well represent. Is there any possible link between this slogan and the slogan «Be realistic, ask the impossible», the social upheavals of May 68? From the Lacanian theory of discourse, this article discusses the impossibility and the barrier against jouissance (impotence) in capitalist discourse and its implications for the inhabitant of the aletosfera. We return to the Marxian formulations of commodity form, universal equivalent and money form to analyze the changes introduced from the historical moment in which the surplus-jouissance (plus-de-jouir) is counted. It is considered the proposition of surplus-jouissance as the equivalent of surplus-value, to shed some light on the logic and enjoyment fundamentals of contemporary cynicism : whether that version of «Wall Street Wolf», or that of doxósofos of the university, or that of the passive and resigned citizen of capitalist society. Remember, however, that utopia remains on the horizon.

Keywords: *capitalista discourse, commodity form, surplus-jouissance, surplus-value, psychoanalysis.*

*Oh Lord, won't you buy me a Mercedes Benz?
My friends all drive Porsches, I must make amends
Worked hard all my lifetime, no help from my friends
So Lord, won't you buy me a Mercedes Benz?*

*Oh Senhor, não vai me comprar um Mercedes Benz?
Todos meus amigos dirigem Porsches, preciso compensar isto
Trabalhei duro toda minha vida, sem ajuda dos meus amigos
Assim, Senhor, não vai me comprar um Mercedes Benz?*

(Janis Joplin, Michael McClure, Bob Neuwirth)¹

Os versos iniciais de “Mercedes Benz” voltaram-me à memória, quando preparava uma palestra sobre o discurso capitalista.² Cantada a *capella* - como os cantos gregorianos que acompanhavam a liturgia católica da Idade Média -, pela, talvez, maior cantora de rock, blues e soul dos anos 60, a música foi gravada por Janis Joplin três dias antes de sua morte,

¹ Joplin, J.; McClure, M.; Neuwirth, B. (1971) Mercedes Benz. *Pearl* (disco). Janis Joplin, cantora. USA, Columbia, 30322. Música gravada em 1º de outubro de 1970. Disco lançado em 1971.

² Apresentada com o título “O discurso capitalista: entre desejo e gozo”, na série “Debate Clínico”, evento da Rede Clínica do Fórum do Campo Lacaniano de São Paulo, em 6 de outubro de 2014, na sede do FCL-SP.

aos 27 anos, por *overdose* de heroína. E constitui uma espécie de hino da contracultura dos *sixties*, com a onda de contestação do *establishment* e dos valores dominantes que caracterizou essa década.

Um *remix* da música (“Janis Joplin Vs Medicine Head – Mercedes Benz”), adicionando uma batida rítmica e uma melodia de fundo, foi lançado em 2003 (Joplin *et al*, 2003) e um vídeo na Internet adicionou-lhe imagens,³. E as imagens adicionadas à gravação servem como insígnias da turbulência social do período da gravação original. Em rápida sucessão, encadeia-se uma profusão de flashes articulando imagens com referências existenciais, éticas e políticas divergentes e contraditórias: hippies; registros do festival de Woodstock de 1969; homens e mulheres impecavelmente vestidos em carros esportivos; militantes do movimento negro *Black Power*; caixas de banco contando dinheiro, xeques árabes da Organização de Países Exportadores de Petróleo (OPEP); passeatas e movimentações políticas do *maio de 68*; shows de rock de Janis Joplin; imagens de Henry Kissinger, o polêmico secretário de estado de Richard Nixon, o presidente do escândalo Watergate; generais das ditaduras latino-americanas das décadas de 60 e 70; crianças africanas desnutridas durante a Guerra Nigéria-Biafra; congestionamentos massivos de automóveis; desfiles militares; imagens de Yasser Arafat, fundador da Al Fatah e presidente da Organização para a Libertação da Palestina (OLP); tanques de guerra, pombas brancas representantes da paz; naves espaciais; concursos de miss; carros sendo abastecidos de gasolina durante a crise do petróleo do início dos 70; líderes políticos discursando para multidões; linhas de montagem industriais; favelas de países economicamente pobres; ônibus superlotados; ídolos de rock; orquestras sinfônicas; jovens dançando; lixões; mulheres sensuais.

Outra recordação que me ocorreu, esta de origem mais recente, foram os comerciais da Adidas, veiculados a partir de 2003 com o *slogan* “*Impossible is nothing*” (“Impossível é nada”)⁴. Um dos mais sugestivos inicia-se com palavras e frases surgindo e desaparecendo em *fading* na tela da TV, girando em rotação ao redor do seu centro de gravidade, enquanto um

3 Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=lEk4u9DClqo>. Acesso em 12 fev. 2015.

4 Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=zSZZpfjzKY>. Acesso em 12 fev. 2015.

locutor de voz grave, pausada, lenta e impessoal as pronuncia: “*impossible*”, “*can’t be done*”, “*no way*”, “*not in our lifetime*”, “*uh-uh no chance*”, “*forget it!*”, “*never*”. Após um curto intervalo, vêm as interrogações provocativas: “*de fato?*”, “*impossível?*”, “*o que é impossível?*”. Novo curto intervalo ao qual se segue a recomendação: “na próxima vez que alguém disser ‘é impossível’, considere estas citações”:

“Tudo que pode ser inventado, já foi inventado” (comissário do Escritório de Patentes dos EUA, 1899).

“O telefone tem demasiadas deficiências para se tornar um meio de comunicação” (executivo da maior companhia mundial de telégrafo, 1876).

“Eu acredito que existe um mercado mundial para, talvez, cinco computadores” (presidente da IBM, 1943).

“Música de guitarra está saindo de moda” (executivo da gravadora que rejeitou os Beatles, em 1962).

“100 m em menos de 10 segundos? Não em nossa existência”.

“Um time asiático nunca atingirá a segunda rodada da Copa do Mundo”.

Seguindo novas interrogações (“*Impossível?*” “*O que é impossível?*” “*Era impossível?*”) apresentam-se trechos de filmes de atletas que causaram impacto, ao realizar feitos e ultrapassar marcas consideradas inatingíveis, em suas épocas: o atleta negro Jesse Owens, nos Jogos Olímpicos de 1936, em Berlim, que enfureceu Hitler ao ganhar 4 medalhas de ouro e contestar a tese da superioridade ariana; a atleta Wilma Rudolph, que teve poliomielite na infância, ao conquistar uma de suas 3 medalhas como velocista nos Jogos Olímpicos de Roma, em 1960; Dick Fosbury, ao quebrar o recorde de salto em altura nos Jogos olímpicos da Cidade do México de 1968, com sua técnica de saltar de costas; a romena Nadia Comaneci, primeira atleta a conquistar a média 10 em ginástica artística em eventos olímpicos, nos Jogos de 1976, em Montreal; a vitória do pugilista Muhammed Ali sobre o gigante George Foreman, em 1974, na chamada “Luta do Século”; a vitória da França, na Copa do Mundo de 1998, sobre a seleção favorita do Brasil, único país com o tetracampeonato, na ocasião. Ressalte-se que em todos estes eventos os vitoriosos usavam calçados esportivos da Adidas.

Na continuação, apresentam-se imagens do filho de sapateiro Adi (Adolph) Dassler, em seu pequeno e precário negócio de calçados esportivos

e malas militares fundado em 1920, que posteriormente veio a se tornar a poderosa empresa multinacional de esporte Adidas. O comercial encerra-se em um formato igual ao do início, com palavras em fading e o locutor de voz grave, mas agora com frases provocativas que contestam as do início: “O que é impossível?”, “Era impossível?”, “Não foi”, “Não aceite o impossível”, “Adi não o aceitou”, “Atletas também não”, “E ... nós nunca o aceitaremos”, “Para sempre esporte”, “Adidas”.

Referindo-se a este comercial, encontrei em um site da Internet de um jovem jornalista pós-graduado em Marketing de agronegócios a seguinte reflexão:

*“Eu sou um cara que sempre gostei de desafios. Me motivo cada vez mais quando as pessoas dizem que não dá, que não pode, que tu não vais chegar. Acho que levo isto muito à sério, as vezes até recebo críticas por ser persistente e obstinado demais. Me lembro que uma vez que me disseram que algo era impossível no trabalho, e eu coleí junto à minha mesa um texto de uma campanha famosa da Adidas (que é uma marca que eu adoro). Impossível é apenas uma grande palavra usada por gente fraca, que prefere viver no mundo como está em vez de usar o poder que tem para mudá-lo. Impossível não é um fato, é uma opinião. Impossível não é uma declaração, é um desafio. Impossível é hipotético. Impossível é temporário. **Nada é Impossível!**”*

Não é de todo surpreendente que me tenham vindo estas reminiscências, ao me preparar para falar sobre o *discurso capitalista*. “Mercedes Benz” e o videoclipe do *remix* de 2003 trazem as imagens dos emblemas do capitalismo e também da contestação que ele gesta: o mundo das mercadorias, os conflitos armados, as desigualdades econômicas e sociais, as tentativas infrutíferas de eliminação da segregação e pobreza mundiais por vias paliativas, as revoltas políticas etc; ou seja, os componentes inseparáveis do capitalismo. Componentes que caracterizam o contexto histórico do final dos anos sessenta, em que foram escritos o Seminário 16 “De um Outro ao outro” (Lacan, 2008) e o Seminário 17 “O avesso da Psicanálise” (Lacan, 1992), nos quais Lacan formalizou sua teoria dos discursos. Vale lembrar que a capa do Seminário 17 traz estampada a imagem de Daniel Cohn-Bendit, um dos líderes do movimento de maio de 68 em Paris, olhando irônica e

desafiadoramente para um dos agentes da polícia francesa encarregada da repressão às manifestações. Lacan encontrou-se com Cohn-Bendit nessa mesma época, para trocar impressões e opiniões sobre os acontecimentos.⁵ Foi também em maio de 1968 que Lacan assinou um manifesto em apoio aos estudantes revoltosos.⁶

Maio de 68 teve seu epicentro na França, mas posteriormente disseminou focos rebeldes em outros países, representativos da vontade de participação política da juventude, de transformação das velhas estruturas da sociedade capitalista e contra a inclusão na lógica alienada do capitalismo tecnocrático. E foi acompanhado por movimentos sindicais e de operários.

No Brasil, embora desde 1964 a ditadura militar já ocupasse o poder, 1968 foi também um ano marcado por movimentações de estudantes, sindicalistas e operários. A “Passeata dos Cem Mil” foi realizada no Rio de Janeiro em 26 de junho de 1968, com participação de estudantes, artistas, intelectuais e outros setores da sociedade civil. Greves operárias importantes ocorreram em Contagem (MG), Osasco (SP), São Bernardo do Campo (SP) e em outros lugares. E em 3 de outubro de 1968 aconteceram os conflitos entre estudantes da Universidade Mackenzie (simpatizantes da ditadura) e estudantes da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP (contrários ao regime militar), na chamada “Batalha da Rua Maria Antônia”. Mas a repressão da ditadura fazia-se cada vez mais feroz e a 12 de outubro importantes lideranças do movimento estudantil e mais de setecentos estudantes foram presos no XXX Congresso da União Nacional dos Estudantes (UNE), em Ibiúna (SP). E em 13 de dezembro de 1968 foi editado o Ato Institucional Nº 5, que fechava o Congresso Nacional, anulava o direito de *habeas corpus* e iniciava os chamados “anos de chumbo” da ditadura militar, com a mais rigorosa suspensão dos direitos civis e o auge da repressão, com multiplicação das prisões, torturas, desaparecimentos e assassinatos de opositores ao regime.

5 Daniel Cohn-Bendit é, na atualidade, publicitário e político. Pertence ao partido Grupo dos Verdes/Aliança Livre Europeia do Parlamento Europeu (Greens/Free European Alliance Group in the European Parliament).

6 Veja-se Roudinesco e Plon (1998), p.338-340.

É importante lembrar que junto com as movimentações políticas mundiais e o questionamento das estruturas da sociedade - e, entre elas, das velhas estruturas universitárias -, surgiram as palavras de ordem: “É proibido proibir”, e “Sejamos realistas, exijamos o impossível”.⁷ Que articulação se pode traçar entre esses lemas e o “Impossível é nada” dos comerciais da Adidas, que remetem ao século XXI e seu sujeito para quem “Nada é impossível”? *Impossível* teria o mesmo sentido, em ambas as situações? Pretendo falar sobre isto mais adiante, mas, antes, preciso reunir mais alguns elementos necessários a esta discussão. Para isto, retomo de forma simples e breve alguns tópicos da formalização lacaniana dos discursos.

Para Lacan, discursos são modos de ordenação ou aparelhamento do gozo por meio da linguagem. Esta é a sua mais importante contribuição para o entendimento das diferentes formas de laço social. Quatro são os discursos apresentados por ele no Seminário 17, formalizados estruturalmente por meio de fórmulas simples (“matemas”). No matema de cada discurso há quatro lugares (*agente, outro, produção e verdade*), articulados por meio de vetores e preenchidos por quatro letras da ‘álgebra lacaniana’, correspondentes ao *sujeito* (\$), ao *objeto causa do desejo* (a), ao *significante mestre* (S1) e ao *saber* (S2). Nos quatro discursos, a ordem de sucessão horária (ou anti-horária) das letras pelos lugares é sempre a mesma, independentemente do lugar que elas ocupam, compondo, portanto, quatro discursos: “discurso do amo (ou mestre)”, “discurso universitário”, “discurso do analista” e “discurso histórico”, correspondentes aos impossíveis freudianos de *governar, educar, analisar*, acrescidos do adendo lacaniano do *fazer desejar*.

7 Na França, em uma crítica ao Estruturalismo francês dominante nos meios acadêmicos, surgiu também o mote “As estruturas não descem as ruas”. Expressando publicamente sua discordância em relação a isso, ao final da conferência “O que é um autor?”, de Foucault, Lacan manifestou-se dizendo que “se há alguma coisa que os acontecimentos de maio demonstram é precisamente a descida para a rua das estruturas”. (Foucault, 2001).

Discurso do Mestre

$$\frac{S_1 \rightarrow S_2}{\cancel{S} \quad a}$$

Discurso da Universidade

$$\frac{S_2 \rightarrow a}{S_1 \quad \cancel{S}}$$

Discurso da Histórica

$$\frac{\cancel{S} \rightarrow S_1}{a \quad S_2}$$

Discurso do Analista

$$\frac{a \rightarrow \cancel{S}}{S_2 \quad S_1}$$

Os lugares são:

$$\frac{\text{o agente}}{\text{a verdade}} \quad \frac{\text{o outro}}{\text{a produção}}$$

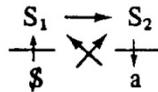
Quatro modos de ordenação/aparelhamento do gozo pela linguagem: a mais importante contribuição de Lacan para o entendimento das diferentes formas de laços social.

Mas seriam apenas quatro discursos? A resposta teria que ser necessariamente positiva, considerando-se a restrição estabelecida por Lacan de que a ordem de sucessão das letras pelos lugares seja sempre a mesma. Mas então como entender a frase da aula de 11 de março de 1970 do Seminário 17: “Não se esperou, para ver isso, que o discurso do mestre tivesse se desenvolvido plenamente para mostrar sua clave no discurso do capitalista, em sua curiosa copulação com a ciência” (1992, p.103)? O que seria este “discurso do capitalista”, fonte de controvérsias entre os próprios discípulos de Lacan, como sabemos? Tratar-se-ia de um quinto discurso? Apenas uma versão de alguns dos quatro discursos originais, já que, no Seminário 17, ele não apresenta nenhum matema que o formalize? Deixando em aberto estas perguntas, consideremos que Lacan retomará a menção ao discurso capitalista em ocasiões posteriores, como, por exemplo, em 1971, no Seminário 19 “... ou pior” (s./d.):

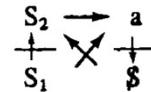
A história mostra que o discurso do mestre viveu durante séculos de modo proveitoso para todo mundo, até chegar a certo desvio que o transformou, por um ínfimo deslizamento que passou despercebido até para os próprios interessados, em algo que o especifica desde então como o discurso do capitalista, do qual nós não teríamos nenhuma espécie de ideia, se Marx não se tivesse empenhado em completá-lo, a lhe dar seu sujeito: o proletário.” (p. 45-46)

E será na “Conferência na Universidade de Milão” (1972) que Lacan apresentará sua fórmula, subvertendo a ordenação de sucessão das letras pelos lugares, seguida nas quatro fórmulas de discursos apresentadas originalmente.

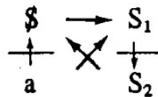
Discours du Maître



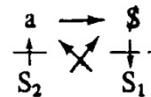
Discours de l'Université



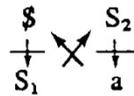
Discours de l'Hystérique



Discours de l'Analyste



Discours du Capitaliste



Na concepção lacaniana do discurso do capitalista está implicada a tese de “quando a mais-valia é a causa de desejo de toda uma economia, isso engendra o que ele chama «a produção extensiva, logo insaciável, da falta a gozar»” (Soler, 2011, p. 58). Diz Pierre Bruno em “Lacan, passeur de Marx – L’invention du symptôme” (2010) que, “enquanto o discurso analítico se constrói sobre o princípio de uma perda inaugural e irremediável de gozo (...) o discurso capitalista se apresenta como um discurso sem perda: sem entropia.” (p. 209)

Palavras cujo entendimento exige uma reflexão cuidadosa e atenta, para não parecerem contraditórias, não é mesmo? Temos um processo - o analítico-, que, em 1959-1960, no Seminário 7, é apresentado por Lacan como orientado por uma ética que “não é uma especulação que incide sobre a ordenação, a arrumação do que chamo de serviço de bens”(2008, p. 366). Serviço de bens que abrange tudo o que a vida burguesa capitalista incluiria na rubrica de propriedade privada: “bens privados, bens de família, bens da casa, outros bens que igualmente nos solicitam, bens do ofício, da

profissão, da Cidade” (p. 355). Como propõe Lacan: “Não há razão alguma para que nos constituamos como garante do devaneio burguês.” (p. 355.) Se é para buscar uma frase que condense o sentido da ética da Psicanálise para Lacan, nessa época do seu ensino, poderia ser sugerida a que se segue: A única coisa da qual se pode ser culpado é de ter cedido de seu desejo.” (p. 376) Ou, ainda: “Agiste em conformidade com teu desejo?” (p. 364) Porém, embora orientado pelo desejo, o processo analítico sustenta-se sobre um discurso que, como foi dito pouco acima, erige-se sobre o princípio de uma perda inaugural e irremediável de gozo.

Que articulações poderiam existir entre o processo analítico e o discurso analítico que o conduz, de um lado, e, de outro, o discurso dominante na época histórica em que ele, hoje, se insere: um discurso (capitalista) que se apresenta como sem perda e sem entropia, mas que, paradoxalmente, ao mesmo tempo produz uma extensa e insaciável falta-a-gozar?

Lacan articula inconsciente, real e impossível em diversos momentos da transmissão de sua obra. Por exemplo, no Seminário 17: “eis que surge uma formulazinha – o impossível é o real.” (1992, p. 157). Ou ainda: “(...) o real se define como o impossível.” (p. 164). Ou, sete anos mais tarde, em “*Préface à l’ouvrage de Robert Geogin*”:

O inconsciente persiste como o coração do ser, para alguns, e outros acreditarão me seguir ao tomá-lo como o outro da realidade. O único modo de escapar disto é propor que ele é o real, o que não quer dizer nenhuma realidade, o real enquanto impossível de dizer, isto é, na medida em que o real é o impossível, simplesmente. (1984)⁸

E se quisermos uma referência mais perto do final de sua obra, podemos recorrer ao assinalamento de Coutinho Jorge (2008): “o real é o inconsciente” (Lacan, Seminário 26 citado por Coutinho Jorge, 2008, p. 97).

Poderíamos brincar um pouco com os significantes, misturando os de Lacan aos do comercial da Adidas, como se pretendêssemos construir um silogismo lógico.

8 L’inconscient reste le cœur de l’être pour les uns, et d’autres croiront me suivre à en faire l’autre de la réalité. La seule façon de s’en sortir, c’est de poser qu’il est le réel, ce qui ne veut dire aucune réalité, le réel en tant qu’impossible à dire, c’est-à-dire en tant que (15)le réel c’est l’impossible, tout simplement.

- Sendo o impossível o nada (comercial da Adidas);
- Nada sendo impossível (nosso jovem jornalista admirador do comercial da Adidas);
- Sendo, o impossível, o real (Lacan);
- Sendo, o real, o inconsciente (Lacan);

Será que então poderíamos dizer que, para o nosso sujeito do capitalismo do século XXI:

- Nada é real?
- Nada é inconsciente?

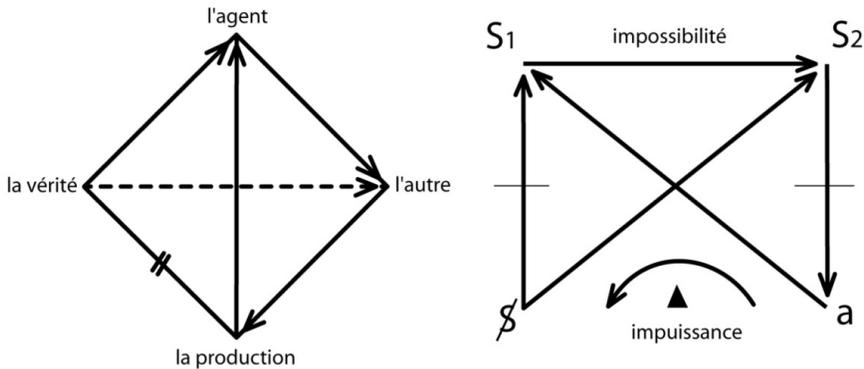
Ao invés de ingressar nos meandros da Lógica e do cálculo proposicional (e dos sistemas consistentes ou paraconsistentes), a que nos convocaria nossa brincadeira com as substituições significantes, vou retomar o percurso pela via da teoria dos discursos.

Em uma conferência pronunciada a convite do Núcleo de Pesquisa Psicanálise e Sociedade, na PUCSP, Michel Bousseyroux lembrou que o impossível é abordado por Freud em seu texto de 1937, “Análise terminável e interminável” (1987), a respeito do *educar, curar e governar*, para falar dos limites encontrados na realização das metas dessas ações. No caso das análises Freud discute os impasses encontrados na busca da eliminação radical e completa dos sintomas e das dificuldades para se conceber o que seria o final de uma análise. Lacan trabalhou logicamente esse impossível, como princípio de limitação do simbólico: o impossível como real, que faz limite ao simbólico e à verdade. A partir disto propôs que toda psicanálise é uma *práxis* que comporta uma ética e é orientada para a experiência do *impossível*, enquanto núcleo do real.

Vê-se bem que há impossível e impossível. O impossível lógico não é o impossível que justifica o fracasso e o insucesso, mesmo a renúncia, como sabia muito bem Napoleão, para quem o impossível e o insucesso não eram senão uma ‘declaração de impotência que serve de refúgio aos covardes’. (...) A profissão de psicanalisar seria, então impossível, se se quer bem ler Freud com Lacan, porque é a profissão, a prática, mais orientada para a experiência do impossível [ou seja, o núcleo do real] (Bousseyroux, 2012, p. 184).

Abro parênteses para levantar a questão: Seria, nosso jovem admirador da Adidas, um corajoso e potente ‘Napoleão’, desafiador de impossíveis e transformador do *status quo*? Fecho parênteses.

Além dos matemas *quadrípedes*, Lacan se utiliza também de um tetraedro, com os quatro lugares situados nos vértices, para mostrar a “estrutura quadripódica” dos discursos.



O tetraedro dos discursos e o quadrípede do discurso do Mestre (Bousseyroux, 2012, p. 186)

No Seminário 17, Lacan diz que a relação entre o que está no comando (o agente) e o outro é sempre de *impossibilidade*. No discurso do amo, trata-se da impossibilidade do significante-mestre de mandar completamente no saber e de fazer o mundo funcionar em plena harmonia de acordo com o seu mando: o *impossível* freudiano de *governar* (basta lembramos de Creonte e Antígona).

No discurso universitário, trata-se da impossibilidade do saber de dominar e dar conta completamente do objeto: o *impossível* freudiano de *educar*. Aí estão os chamados fracassos escolares, para lembrar-nos que a cientificização do ato educacional e a *Ritalina*⁹ não conseguiram dominar totalmente o aprendiz, como objeto da Pedagogia e da ciência a ela correlata.

No caso do *impossível* de *analisar*, pode-se apontar a impossibilidade de uma ‘cura total’, entendida como eliminação radical e completa de

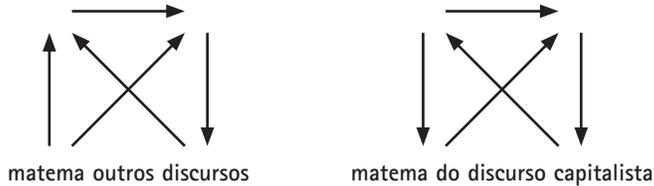
9 Medicamento (cloridrato de metilfenidato) fabricado pela Novartis, empregado no tratamento do quadro nomeado como *Transtorno de Déficit de Atenção/Hiperatividade* (TDAH) no DSM-IV e como *Transtorno Hiper-cinético* no CID-10.

todo sintoma, os riscos do *furor sanandi* e a fragilidade da crença de que uma análise poderia oferecer aos sujeitos a cura completa do “mal-estar” de existir.

E no caso do discurso histórico: como conceber o *impossível* de *fazer desejar*? Tratar-se-ia da inviabilidade de o histórico conseguir seduzir completamente o seu amo (e mestre)? De fazê-lo produzir o saber que o satisfaria e/ou daria conta de toda a sua verdade?

Existem vetores ligando todos os vértices do tetraedro, correspondentes às suas arestas, com exceção da aresta que liga o vértice da *verdade* ao da *produção*. Mesmo entre a aresta do *agente* e a do *outro* existe um vetor, que no matema Lacan assinala como sendo de *impossibilidade*. O que nos lembra que, ainda que seja impossível obter completa dominação do gozo por meio dos discursos, *governa-se, educa-se, seduz-se e analisa-se*.

Já a ausência do vetor entre os lugares correspondentes à *verdade* e à *produção*, no tetraedro, indica a “barreira do gozo” a que Lacan se refere como sendo a “*impotência*” necessária à estrutura de cada discurso. Ela pode ser indicada, nos matemas, por uma flecha curva passando por cima de um pequeno triângulo preto, entre esses dois lugares (como na figura apresentada anteriormente), ou também por dois tracinhos inclinados, entre eles. Como diz Lacan na página 166 do Seminário 17: “a verdade, já lhes enunciei um dia, num arroubo lírico, que era a irmãzinha querida da impotência.” “E não apenas não há comunicação, mas há algo que obtura.” Há sempre a barreira do gozo entre o que é produzido pelos discursos e a *verdade*. A *impossibilidade* que cada discurso escreve na primeira linha (linha de cima do matema) encontra sua “chave” na linha de baixo. “Toda *impossibilidade* [em qualquer dos discursos: do amo, universitário, histórico, ou do analista] (...) articula-se sempre com isto – se ela nos deixa em suspense quanto à sua verdade, é porque algo a protege, algo que chamaremos *impotência*.” Seja nos matemas ou no tetraedro, isto também pode ser indicado pelo fato de que é sempre possível partir-se de qualquer um dos quatro “lugares” e, por meio dos vetores orientados, fazer um percurso que chegue aos lugares correspondentes ao *agente*, ao *outro* e à *produção*: há sempre um circuito possível para esses lugares, por meio dos vetores. Mas nunca é possível chegar-se ao lugar da *verdade*, partindo-se de qualquer dos outros lugares.



Note-se, porém, que isto é diferente no caso do discurso capitalista (o lugar da verdade é acessível, por meio dos vetores): ele é “o único discurso que faz laço *associal*, porque seu laço ignora a perda ligada à barreira do gozo, em sua função de barrar a passagem da produção do discurso à verdade.” (Bousseyroux, 2012, p. 187). Como entender isto: esta quebra da barreira do gozo no discurso capitalista? Lacan nos remete ao que tantas vezes tem sido denominado imperativo de gozo na sociedade de consumo: um imperativo de gozo por meio dos objetos-mercadoria que a tecnologia gerada pela ciência moderna permite fabricar. “A característica de nossa ciência não é ter introduzido um melhor e mais amplo conhecimento do mundo, mas sim ter feito surgir no mundo coisas que de forma alguma existiam no plano de nossa percepção.” (Lacan, 1992, p. 150). Para destacar esta transformação radical do mundo operada pelo capitalismo e pela ciência que historicamente o acompanhou – ao mesmo tempo, gerando-o e sendo gerada por ele – Lacan criou os neologismos “*aletofera*” e “*latusa*”.

Falava há pouco dessas esferas com as quais a extensão da ciência – que, curiosamente, é também muito operativa para determinar o que é o ente – rodeia a terra. (...) Por que não levar também em conta o lugar onde se situam essas fabricações da ciência, se não passam de efeitos de uma verdade formalizada? Como iremos chamar esse lugar? (...) lançando mão da *aleteia* de um modo que, admito, nada tem de emocionalmente filosófico, vocês poderiam, a menos que achem algo melhor, chamá-la de *aletofera*. (...) E quanto aos pequenos objetos *a* que vão encontrar ao sair, no pavimento de todas as esquinas, atrás de todas as vitrines, na proliferação desses objetos feitos para causar o desejo de vocês, na medida em que agora é a ciência que o governa, pensem neles como *latusas*. (Lacan, 1992, p. 152-153)

Alétheia é o termo retomado ontologicamente (e etimologicamente) por Heidegger, aos filósofos gregos pré-socráticos, para abordar a verdade do ser em seu sentido primordial de “presentar-se”, como apelo dirigido

ao ser humano: “o único ente com a capacidade de ouvi-lo, por possuir a abertura como constitutiva do seu ser-aí.” (Batista, 2005, p. 1) Relaciona-se, portanto, com algo que lhe é anterior: o velamento – e que foi então desvelado. Mas, no Seminário 17, para criar o neologismo *latusa*, Lacan se vale também (além de *alétheia*) do substantivo grego *ousia*, formado a partir do aoristo¹⁰ do verbo *einai* (verbo ser).

Nomearemos isto com a ajuda do aoristo do mesmo verbo do qual um célebre filósofo lembrava que a *alétheia* provinha. (...) *Vamos chamar isso de latusas.* (...) Notarão que poderia tê-lo chamado de *latusias*. Teria ficado melhor com a *ousia*, esse participio com tudo o que tem de ambíguo. A *ousia* não é o Outro, não é o ente, está entre os dois. Não é bem o ser, tampouco, mas, enfim, chega muito perto disso. (Lacan, 1992, p. 153)

E aqui tudo indica que Lacan graceja com as querelas filosóficas e teológicas a respeito da ‘verdade do ser’, implicadas pelos diferentes sentidos com que se emprega o termo *ousia*: seja como a substância única de Deus (uma só *ousia* e três *hipóstases*), seja como referida à substância das coisas ou seres, seja ainda como referida ao *ser* e não à *substância*, como em Heidegger - “falar de *alétheia* é falar da verdade do ser, pois ‘no *einai*, apresentar-se, fala propriamente a *alétheia*, o desvelar-se.” (Batista, 2005, p. 2) Mas não se trata de um gracejo inocente, já que, no capitalismo, as mercadorias surgem historicamente ocupando o lugar que em época precedentes esteve reservado à religião, como forma de tratamento – e velamento - do ‘mal-estar’ de existir.

Mas como pôde, a mercadoria, conseguir esta proeza, de se apresentar nesta aparência siderante para o sujeito: esta tapeação, este fingimento, esta simulação, esta empulhação, estes ‘ares de’? Quem pode nos socorrer para, em uma interlocução frutífera com a Psicanálise, nos ajudar a entender este potencial mistificador e mitificador da mercadoria?

O fato de que a noção de fetichismo comparece com importância teórica e conceitual tanto no Marxismo quanto na Psicanálise não passou

¹⁰ “Aoristo: forma aspecto-temporal do verbo grego antigo, que expressava a ação pura, sem determinação quanto à duração do processo ou ação ou ao seu acabamento.” Houaiss e Villar (2001, p. 243).

desapercebido a muitos autores, como por exemplo a Zizek (“Como Marx inventou o sintoma?”, 1996), para quem “em Freud, o fetiche oculta a falta (‘castração’) em torno da qual se articula a rede simbólica”, enquanto que “no Marxismo, o fetiche oculta a rede positiva de relações sociais” (p. 327). Bem antes disto, contudo, sabemos que muito menos passou desapercibido a Lacan, que, aliás, em 1966, atribui a Marx, anteriormente a Freud, a descoberta do sintoma como “retorno da verdade na falha de um saber” (Lacan, 1998, p. 234): daí o título do artigo de Zizek.

No capitalismo, a insatisfação que é estruturalmente constitutiva do sujeito humano é posta a serviço do consumo de mercadorias, de modo a manter em funcionamento a totalidade do sistema econômico, político e social. O capitalismo realiza por meio da mercantilização e da *forma de valor* das mercadorias - da qual a *forma equivalente geral* e a *forma dinheiro* constituem o mais alto grau de complexidade e desenvolvimento - a virtualização de todo objeto e também de todo vivente. Até a morte torna-se uma mercadoria: para ser mais preciso, no caso do exemplo a seguir, a morte vendida como “extensão da vida”. Como eu já mencionei em outra ocasião (Pacheco Filho, 2010), a maior empresa dos EUA encarregada de realizar o congelamento e preservar os corpos de pessoas mortas é a Alcor Life Extension Foundation. A página inicial do site explica o posicionamento da empresa:

“A Alcor Life Extension Foundation é a líder mundial em criogenia, pesquisa em criogenia e tecnologia em criogenia. Criogenia é a ciência de utilização de temperatura ultrafria para preservar a vida humana, com a intenção de restaurar a boa saúde quando a tecnologia se tornar disponível para fazê-lo. (...) A criogenia praticada pela Alcor não é um método de sepultamento ou prática funerária. A Alcor intervém no processo de morte o mais rapidamente possível, após a morte legal, para preservar o cérebro o melhor possível. A Alcor busca evitar a perda, dentro do cérebro, da informação que codifica a memória e a identidade pessoal; e que é a verdadeira fronteira entre a vida e a morte.”¹¹

A preservação do corpo inteiro custa um mínimo de US\$ 200.000,00, mas há uma opção mais barata, de preservação apenas do cérebro, por

11 <http://www.alcor.org/> .

um preço módico de apenas US\$ 80.000,00 [preços atualizados na data de elaboração deste artigo: 22/12/2014]. Existe também a opção “fácil e surpreendentemente acessível” de contratação de um seguro de vida, que, no futuro, irá pagar a sua criopreservação. E a empresa traz ainda um esclarecimento animador para os leigos ou menos informados: “pacientes de criogenia estão, portanto, legalmente mortos, mas biologicamente vivos, dependendo de quão rapidamente os procedimentos são iniciados após a parada cardíaca.”¹²

Marx reconstitui em “O capital” (1894) todo o movimento pelo qual as coisas se constituem historicamente em mercadorias e cujo entendimento convoca:

- seu *valor de uso*: suas propriedades de coisa que podem satisfazer “necessidades humanas de algum tipo. A natureza dessas necessidades, se elas surgem, por exemplo, do estômago ou da fantasia, nada altera na coisa” (Marx, 2006, p. 13-14);
- seu *valor de troca* - a medida social do *valor* da mercadoria nos processos de troca – e as diferentes “*formas de valor*”;
- o *trabalho* envolvido em sua produção.

Mas é preciso lembrar que os diferentes componentes da mercadoria, obtidos a partir de sua análise, não são simplesmente diferentes, mas se encontram em relação dialética: “se definem numa relação em que se defrontam, excluem-se reciprocamente, negam-se e, assim, se afirmam. Esse jogo complexo (...) produz um movimento a partir do qual surge o dinheiro, também definido por uma oposição – agora, à mercadoria em geral.” (Grespan, 2006, p.10) E o que distingue o modo capitalista de outros modos de produção não é o fato em si da produção de mercadorias, mas sim o fato de que o “ser mercadoria” constitui o caráter dominante e determinante dos seus produtos, com a implicação adicional de que o próprio trabalhador somente aparece como um vendedor de mercadorias (o seu trabalho) e, ele mesmo, como mais uma mercadoria entre as outras (lembre-se da expressão, muito apropriada, “mercado de trabalho”).

12 <http://www.alcor.org/FAQs/faq01.html#dead> .

Ao ter seu *valor* representado por meio do *equivalente*, “a mercadoria, na forma relativa, oculta o próprio valor, que só se apresenta no corpo do equivalente; isto é, ‘representa-se’ nele.” (Grespan, 2006, p. 39) No exemplo dado por Marx em “O Capital”, da expressão de *valor* do pano por meio do *equivalente* casaco (20 varas¹³ de pano valem tanto quanto 1 casaco), o pano, que como *valor de uso* “é uma coisa sensível diversa do casaco”, como *valor* na troca mercantil “é um ‘igual ao casaco’ e se parece com um casaco por isso”. Devido à relação estabelecida entre pano e casaco, para que o primeiro possa ter seu valor representado a partir do seu *equivalente*, na troca, a forma natural da mercadoria casaco se torna a forma de valor da mercadoria pano. Ou seja, o corpo da mercadoria casaco “se torna o espelho de valor” da mercadoria pano. “O seu ‘ser de valor’ [do pano] aparece na sua igualdade com o casaco, do mesmo modo que a natureza de ovelha do cristão em sua igualdade com o cordeiro de Deus.” (Marx, 2006, p. 39-40).

Mutatis mutandis, no exemplo da *Alcor*, o *valor* da ‘vida’ na transação mercantil é ‘igual a dinheiro’ e, em função disto, ‘se parece com dinheiro’. O ‘ser de valor’ da vida aparece na sua igualdade com o dinheiro: a vida torna-se um *quantum* monetário. Em função disto, a vida pode ser comercializada em inúmeras operações mercantis, legais ou ilegais, como, por exemplo: no caso da *Alcor*; nas negociações com um cirurgião sobre o preço de uma cirurgia cardíaca, da qual dependerá a sobrevivência do paciente; nos acréscimos de mensalidades dos planos de saúde baseados na idade do segurado, a partir de cálculos atuarias de risco de morte por faixa etária; nos preços de rins, córneas e outros órgãos e partes do corpo no mercado negro (ilegal) de órgãos para transplante¹⁴ etc.

Porém, como as propriedades de uma coisa não surgem de sua relação com outras coisas, tem-se aí o enigma, o mistério do *valor* conferido pela *forma equivalente*. E que se deriva de que o corpo da mercadoria

13 Vara é uma unidade de medida de comprimento

14 No artigo (Pacheco Filho, 2010) ofereço várias referências de pesquisadores de universidades americanas que têm artigos “em defesa de um mercado livre para órgãos do corpo” (Block, 2010), como proposta de solução para a escassez e para o alto preço de órgãos para transplante no mercado negro ilegal.

que serve de equivalente “conta sempre como corporificação de trabalho humano abstrato e é sempre o produto de um determinado trabalho útil, concreto. Esse trabalho se torna assim expressão de trabalho humano abstrato.” (Marx, 2006, p. 48) E aqui chegamos ao que Marx denominou “fetichismo da mercadoria”, pelo qual esta se mostra “uma coisa muito complicada, cheia de sutileza metafísica e de caprichos teológicos”; e que não se deriva de seu *valor de uso* nem do *conteúdo* das determinações de valor, mas sim da própria *forma mercadoria* (p. 67).

O misterioso da forma mercadoria consiste, portanto, simplesmente em que elas refletem aos homens as características sociais de seu próprio trabalho como características objetivas dos produtos mesmos do trabalho, como propriedades naturais sociais das coisas e, daí, refletem também as relações sociais dos produtores com o trabalho conjunto como uma relação existente fora deles, entre objetos. Por esse quiproquó, os produtos de trabalho se tornam mercadorias, coisas sensíveis suprassensíveis, ou sociais. (...) É apenas a relação social determinada dos próprios homens que assume aqui a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas. (...) Isto eu chamo de fetichismo, que adere aos produtos do trabalho tão logo eles são produzidos como mercadoria, e que é inseparável, portanto, da produção de mercadorias. (p. 69-070)

Nessa inversão que opera relações coisificadas entre as pessoas e relações sociais entre as coisas é que se produz um semblante de objetividade aos objetos e aos seus valores. Nas trocas, a equiparação dos produtos como valores é equiparação dos trabalhos implicados para produzi-los. Porém, o valor das mercadorias “transforma cada produto de trabalho em um hieróglifo social.” Quanto aos sujeitos, “eles não o sabem, mas o fazem (...), pois a definição dos objetos de valor como valores é seu produto social tanto quanto a linguagem” (p. 72).

Articulando-se estas proposições à concepção lacaniana do giro discursivo do discurso do mestre antigo para o discurso do capitalista, entende-se facilmente porque Žizek (1996, p. 310) propõe que, com a passagem do feudalismo para o capitalismo, as relações de dominação e servidão foram recalçadas: simplesmente, a fetichização das relações entre os seres humanos foi substituída pela fetichização das relações entre as coisas. O ‘sangue azul’ não é mais a insígnia que assinala que um sujeito

vale mais do que outro e tem a prerrogativa de exigir do menos nobre a submissão e o servilismo. No âmbito da ideologia capitalista, os sujeitos são todos 'iguais', como cidadãos de direito. Porém, o condutor do Mercedes Benz que para na bomba de gasolina, ou entrega o carro na frente do restaurante, ou estaciona em fila dupla no horário de saída da escola de classe alta não receberá o mesmo tratamento, por parte do frentista do posto de serviços, do manobrista do *valet park*, ou até mesmo do policial de trânsito, que provavelmente receberá o condutor do fusquinha ou do Fiat Uno fabricado há mais de quinze anos. O Mercedes Benz vale mais do que o fusca e, portanto, a hierarquização e fetichização das relações entre eles (entre estas coisas) estabelecerá a hierarquização e diferença de tratamentos que receberão seus donos entre estes seres humanos) independentemente da origem nobiliárquica que tenham e, também, a despeito do fato de serem 'iguais' segundo a ideologia hegemônica. E o mesmo vale para uma infinidade de relações entre outras coisas: os ternos que usem (suas marcas e preços), os relógios que tenham nos pulsos (suas grifes), os condomínios de apartamentos em que morem (os bairros em que se localizem, seus tamanhos) etc.

Em outro artigo (Pacheco Filho, 2009), propus uma articulação entre a metáfora paterna lacaniana e a instituição da "forma de valor" da mercadoria por meio do "equivalente-geral". E argumentei que isto possibilitou a fixação do que denominei "valor-desejo" das mercadorias, que provoca uma aceleração exponencial, no capitalismo, da tendência totalitária à alienação: tendência que, em algum grau, sempre existe em todo laço social. Pretendi com isto referir-me à intensificação da alienação ao Outro que é provocada pela homogeneização das demandas no capitalismo de consumo. Por trás da diversidade de oferta de objetos-mercadorias - amplificada pelo fordismo e taylorismo, como modelos de organização da produção industrial, e otimizada ainda mais pelo toyotismo -, subjaz a mesmice invariável do equivalente-geral e do dinheiro como parâmetros sociais unificados, unificadores e únicos do *valor* dos objetos-mercadorias. Embora a demanda do sujeito disponha de uma imensa multiplicidade de mercadorias ofertadas às quais sua escolha pode se dirigir, qualquer impressão de singularidade dessa escolha é obrigatoriamente falsa, na medida em que seu desejo e pulsão

são capturados nos limites estreitos do consumo de objetos-mercadorias e orientados e regulados a partir do *quantum* monetário que o mercado articula como *valor de troca* a cada objeto do mundo: o que produz modos de pensar, agir e sentir homogêneos e massificados. As diferenças de preço no mercado ampliam a variabilidade na força dos impulsos que movimentam os consumidores, mas não desmentem a mencionada captura e massificação (as turbas de consumidores ‘alucinados’ que atendem aos chamados das liquidações das lojas não são exatamente um exemplo de orientação pelo que mereceria o nome de singularidade do desejo).

Diz Lacan, no Seminário 17: “Alguma coisa mudou no discurso do mestre a partir de certo momento da história (...) o importante é que, a partir de certo dia, o mais-de-gozar se conta, se contabiliza, se totaliza.” (1992, p. 169) A partir daí, tem-se um sujeito que não mais se questiona sobre a origem de suas demandas e da relação delas com o Outro, ao qual ele se encontra integralmente alienado, sem dúvidas ou inquietações. “Vocês não sentem, em relação ao que enunciei há pouco sobre a impotência fazendo a junção entre o mais-de-gozar e a verdade do mestre, que aqui o passo ganha?” (p. 169.) A fetichização das relações entre as coisas produz uma alienação mais poderosa, porque menos visível do que a fetichização das relações entre os sujeitos. Não há déspota ou tirano a responsabilizar pelas mazelas da vida. Mais radicalmente ainda: o próprio ‘mal-estar do existir’ pode ser anestesiado pela supressão da barreira que separava o mais-de-gozar e a verdade do amo:

A mais-valia se junta ao capital – sem problemas, é homogêneo, estamos aí nos valores. Aliás, todos nós nadamos nisso no abençoado tempo em que vivemos.

O que há de chocante, e que não parece ser visto, é que a partir daquele momento o significante-mestre, por terem sido dissipadas as nuvens da *impotência* aparece como mais inatacável, justamente na sua *impossibilidade*. Onde está ele? Como nomeá-lo? Como discerni-lo, a não ser, evidentemente, por seus efeitos mortíferos? Denunciar o imperialismo? Mas como para-lo, esse mecanismo tão pequeno? (p. 169)

O poder dessa alienação parece apenas aumentar, em lugar de diminuir, quando, na sociedade capitalista contemporânea, o sujeito se

desloca da condição de “eles não o sabem, mas o fazem” para a posição que Sloterdijk chamou de “cinismo”, em seu livro *“Critique of cynical reason”*, de 1983. E que, em uma primeira definição, ele apresentou como a “falsa consciência ilustrada”, em uma referência à Ilustração (Iluminismo).

Eles sabem o que fazem, mas o fazem, porque, a curto prazo, a força das circunstâncias e o instinto de autoconservação falam a mesma linguagem e lhes dizem que assim tem que ser. Outros iriam fazê-lo, de qualquer maneira, talvez pior. Assim, o novo cinismo integrado tem o compreensível sentimento, sobre si mesmo, de ser uma vítima e de fazer sacrifícios. Por trás da dupla fachada capaz e colaborativa ele encobre uma grande quantidade de infelicidade e a necessidade de chorar. Há nele algo de luto por uma ‘inocência perdida’, de luto por um saber melhor, contra o qual toda ação e trabalho são dirigidos. (...) É a consciência modernizada e infeliz, na qual a Ilustração trabalhou, ao mesmo tempo, com êxito e em vão. Ela aprendeu sua lição sobre a Ilustração, mas não a colocou em prática; e provavelmente não é capaz de fazê-lo. Abastada e miserável, ao mesmo tempo, esta consciência já não se sente afetada por nenhuma crítica da ideologia; sua falsidade já está reflexivamente tamponada. (Sloterdijk, 2008, p. 5).

Acreditando que movimento contestatório é assunto do passado, temporalmente localizado nos anos 60 e 70, o “cínico” contemporâneo limita seu interesse, saber, competência e sagacidade ao que ‘funciona’ para buscar êxito social: tornar-se um *winner* no *establishment*. “O Lobo de Wall Street”¹⁵ talvez seja uma de suas versões mais eloquentes. Mas os “doxósofos”, assim designados por Bourdieu em seu artigo de 1976, “O campo científico” (Bourdieu, 1994) – “cientistas aparentes e cientistas da aparência”, estrategistas da “falsa ruptura”, eficientes no atendimento aos parâmetros de mensuração de meritocracia e produtividade acadêmicos, mas sempre escondendo uma visão niilista e crítica social inócua por trás de uma produção de retórica muitas vezes brilhante –, não deixam de oferecer um exemplo também adequado.

Seja na versão mais impactante e cinematográfica do “Lobo” do mercado de capitais, seja na versão erudita do intelectual ou acadêmico

15 “O Lobo de Wall Street”. Direção: Martin Scorsese. Produtores: Martin Scorsese, Leonardo DiCaprio, Riza Aziz, Joey McFarland, Emma Koskoff. USA: Paramount Pictures, 1 filme (179 min.), son., color, 2013.

a serviço da sustentação do *status quo*, seja ainda na versão majoritária e mediana do sujeito do capitalismo contemporâneo, que resignada e passivamente limita o horizonte de realização em sua existência à via do consumo, o importante é que todos eles nunca se interrogam e inquietam sobre o valor absoluto que conferem ao Outro social. Mais do que um sujeito 'sem Outro', o sujeito contemporâneo capturado pelo discurso capitalista é o idólatra e fiador de um Outro que ele toma como possuidor de um saber social completo e absoluto: por isto mesmo, inquestionável. Porém, diz Lacan no Seminário 17, essa transformação histórica das relações de produção e, muito mais amplamente, de todas as relações sociais e da própria ordenação do gozo - essa "introdução do mundo novo no horizonte, das puras verdades numéricas, do que é contável -, não significará por si só uma coisa bem diferente da instalação de um saber absoluto?" (1992, p. 76).

"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 que se qualifica, entre aspas, de humano, se dá o *equivalente* homogêneo de um mais-de-gozar para qualquer, que é o produto de nossa indústria, um mais-de-gozar, para dizer de uma vez, forjado." (p. 76).

Se o sujeito mergulhado no discurso capitalista permanece inteiramente cativo dos objetos-mercadorias, isso se deve a que, na substituição metonímica acelerada e frenética desses objetos, por ele colocados no lugar de *objetos mais-de-gozar*, esse sujeito nunca se detém para interrogar-se sobre: a) a origem da fantasia de que a mercadoria possa dar conta absoluta (sem falta) do seu desejo; b) a origem da 'programação social' que articula as mercadorias ao objeto mais-de-gozar, 'domesticando' sua pulsão nos limites da circunvolução incessante e interminável em torno dessas mercadorias. No avesso do discurso do analista, orientado pela experiência do impossível (experiência do inconsciente e do núcleo do real), nosso sujeito mergulhado no discurso capitalista é aquele que nada que saber da experiência do impossível. Com seu desejo governado/ordenado/causado pelos objetos-mercadorias - pelas *latusas* cuja construção é viabilizada pela ciência -, ele é aquele para quem não existe nem o real nem o inconsciente; aquele que

‘não quer saber nada disso’; aquele que constrói ao redor disso a barreira da sua “paixão da ignorância”: um ‘potente Napoleão’ que tapa os ouvidos e fecha os olhos, cada vez que alguém menciona Waterloo. Seu ‘Nada é impossível!’ (ou ‘O impossível é nada!’) é o dito denegatório que tampona/esconde a descrença e a desesperança de qualquer mudança substancial, que pudesse fazer nascer uma sociedade menos atrelada à competição nos negócios, no trabalho e nos esportes, como forma estrutural do laço social.

O discurso capitalista acelera a alienação ao Outro, ao modificar a barreira do gozo e eliminar sua impotência. Para o sujeito encerrado nessa forma de aparelhamento do gozo, não é em outra configuração discursiva que se devem buscar novas possibilidades de resposta para as indagações a respeito da verdade ou de soluções para os enigmas sobre a existência. Em todas as ocasiões em que uma inquietação relativa à verdade ameaçar angustiá-lo, será na oferta dos objetos-mercadorias (nas *latusas*) que esse habitante da aletosfera buscará uma forma de tratar seu mal-estar de existir.

“Você está insatisfeito?” “Dê-se um presente: você merece.” “Ainda desgostoso?” “Tome um banho de loja, compre-se um belo par de tênis.” “Ainda não é isso, experimente um Adidas e o estreie no próximo fim de semana, para iniciar um novo hobby: de preferência um esporte radical, muita adrenalina.” “Ainda não? Deixe de ser covarde e arrisque-se um pouco mais. Coloque mais o seu corpo nisso. A vida é para ser vivida e não para ser economizada com mesquinhez. Os esportes mais emocionantes são os mais arriscados e você pode escolhê-los á vontade: asa delta, rapel, parapente, tirolesa ... compre uma Harley-Davidson, um jet ski, um wind surf.” “Se não encontrar contra quem competir, crie seus adversários imaginários, construa suas metas, vença, seja um *winner*, afaste esse gosto amargo de ser um *loser* na vida.” “Emagreça, adquira novos músculos malhando firme na academia. Em qualquer boa loja de suplementos alimentares você poderá comprar aminoácidos, creatina, anabolizantes. Se ainda assim estiver difícil conseguir as formas desejadas, não se desespere: um bom cirurgião plástico poderá dar um jeito nisso. Quando adquirir o corpo necessário, troque o seu celular, faça um *selfie* do seu sorriso vencedor e poste-o no facebook para que todos saibam que nada lhe é impossível.” “Mas, se ainda assim alguma ponta de inquietação teimar em importuná-la (lo) com algum impertinente

resto de indagação sobre o sentido da vida ou sobre para que serve a sua existência, não pense que o universo das *latusas* o deixou desamparado no mundo, à sua própria sorte. Um competente psiquiatra organicista, um desses integralmente orientados pelo DSM e bem atualizado pelas visitas regulares dos representantes dos laboratórios e indústrias farmacêuticas, sempre estará disponível com as últimas versões de antidepressivos e ansiolíticos. Com eles você poderá novamente tranquilizar-se e continuar imaginando como se preparar para novas realizações na aventura emocionante da vida: que não para no seu Hyundai I 30, porque mais adiante existirão os SUVs brancos, e depois deles os Mercedes Benz, e depois as Ferraris vermelhas, os iates, helicópteros, jatinhos ... O universo é infinito e **“impossible is nothing!”**.

Será que assim terminará a nossa História, como tantos pretenderam, ao eleger Fukuyama¹⁶ seu profeta? Será que Marx se equivocou ao acreditar na possibilidade de superação do capitalismo? Não tenho mínimas condições de nem ao menos iniciar, nesta ocasião, a abordagem desta complexa, vasta e controvertida questão; e que implica, entre inúmeras outras coisas, em se analisar o impacto das frustrações com as revoluções comunistas historicamente ocorridas (o chamado “socialismo real”), como esperança concreta de libertação da humanidade. Tampouco tenho condições de recensear, aqui, as interrogações com que hoje se defronta o pensamento teórico e prático das esquerdas, em relação às metas para o futuro e aos caminhos a seguir em direção a eles, no presente. Mas, entendo que o alerta trazido por Lacan, com sua formalização do discurso capitalista, não deve ser tomado como pura e simples resignação contemplativa e indicação de que as coisas são e continuarão a ser deste modo; e de que nada mais existe a fazer: ‘Relaxa e goza!’

E não se trata de teimosa esperança irrealista, ou de saudosismo inconformado e sem fundamento por tempos passados de contestação e

16 Yoshihiro Francis Fukuyama, Ph.D. em Ciências Políticas por Harvard, foi um dos formuladores da política do presidente norte-americano Ronald Reagan. Em “The End of History” Fukuyama (1989) e em “O fim da história e o último homem” Fukuyama (1992) defendeu a ideia de que o capitalismo e a democracia burguesa constituiriam o ponto culminante história da humanidade.

de expectativa de mudanças. As relações discursivas entre o *agente* e o *outro* são da ordem do *impossível* porque os discursos são incapazes de cingir o *real* e *impotentes* para totalizar o gozo, como o mostra a ausência de conexão entre *produção* e *verdade* na linha de baixo dos matemas. Por este motivo, em algum momento, governantes, educadores, analistas e sedutores serão inevitavelmente interrogados sobre a relação entre o saber que professam e a verdade. E esse questionamento é a brecha por onde surge o sintoma, quer queiramos defini-lo pela primeira versão lacaniana de “retorno da verdade nas falhas de um saber”, pela versão intermediária “do que atrapalha a bela ordem do amor” (e que deixa bem explícita a impossibilidade e impotência dos discursos), ou pela conceituação mais adiantada de “o que vem do real”. Em qualquer delas, contudo, o sintoma é sempre uma produção singular. Ele é a ‘proteção’ da singularidade do sujeito; onde ele ‘põe algo de si’: é o que mostra que algo no sujeito se rebela contra a completa dominação.

E nem só de sintoma vive o real: os atos também se alimentam dele e podem produzir consequências efetivas no laço social. Por mais consistente e hegemônico que seja o discurso, sintoma e ato sempre vêm do real como produções singulares, subvertendo a ordem ditada pela mestria dos discursos. É isto que nós, psicanalistas, observamos no dia a dia dos nossos consultórios, ao acompanharmos os processos analíticos dos nossos analisantes. É isto que Antígona opôs a Creonte, na obra-prima que Sófocles nos legou, da Antiguidade. É isto também que moveu os jovens estudantes, mas também os operários, intelectuais e pessoas do povo em geral, no maio de 68 e nas lutas contra as ditaduras latino-americanas. É isto, em suma, que se pode constatar ao longo de toda a História, com quantos exemplos se quiser encontrar: mais cedo ou mais tarde, os sujeitos se rebelam contra sua completa dominação. É isto, também, o que continuamos a observar no presente, seja nas formas mais equivocadas, em que a violência e o sofrimento parecem inúteis, desnecessários, ou ineficazes, seja, por outro lado, nos acontecimentos mais auspiciosos, em que transformações sociais efetivas e importantes ocorreram.

E aqui nos confrontamos com uma outra forma de lidar com a experiência do impossível, enquanto núcleo do real. Da mesma maneira que a

política da Psicanálise orientada pelo sintoma¹⁷ e pelo real não se dirige para um final de análise que se consubstanciaria como passividade e resignação, assim, também, as políticas orientadas pelo real no âmbito da sociedade não se orientariam para a submissão às ordenações do discurso capitalista. Como nos diz Rithée Cevasco:

(...) há impossível e impossíveis. E uma larga distância entre o impossível genérico imposto pela estrutura da linguagem e os impossíveis que, em tal ou qual momento, a política dominante faz passar como intransponíveis. Sem ir mais longe, os que consideram, por exemplo, que é impossível a saída do discurso capitalista (...). Querendo afastar-se dos acentos negativos do 'impossível' (que sustenta grande parte dos efeitos de resignação ou de indiferença em relação à Coisa política), Alain Badiou define o acontecimento político como a arte de fazer possível o impossível (Cevasco, 2014, p. 117)

E os exemplos de que isto vem sendo buscado estão às vistas de todos os que não quiserem refugiar-se na “paixão da ignorância”: sejam os protestos na Grécia, desde 2010, ou os na Espanha e em vários países da Europa, desde 2011, ou os no Brasil, de 2013, sejam também os movimentos contestatórios, como o 15M (Movimiento de los Indignados), na Espanha, o Occupy Wall Street, nos EUA e no resto do mundo, o Yo Soy 132, no México, o MST (Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra) e o MPL (Movimento Passe Livre), no Brasil, seja ainda a realização de eventos nacionais e internacionais, como o Fórum Social Mundial.

Tudo isto mostra que a inércia perante o discurso capitalista não é a única alternativa nem tem sido a única escolha dos sujeitos, na contemporaneidade. Encerro com as frases do cineasta argentino Fernando Birri, que eu encontrei em dois vídeos na Internet¹⁸ (um deles, um relato de Eduardo Galeano) e juntei como em um patchwork (o que, portanto, exime seu verdadeiro autor de qualquer responsabilidade pela inclusão de eventuais incúrias):

17 Diz Lacan em “Lituraterra”, publicado originalmente em 1971: “O fato de o sintoma instituir a ordem pela qual se comprova nossa política (...)” (LACAN, 2003, p.18).

18 Disponíveis em <https://www.youtube.com/watch?v=9iqi10aKvzs> e em <https://www.youtube.com/watch?v=5wUUfm82YsE>. Acessados em 12 jan. 2015.

Se, seguir acreditando em certas coisas, seguir esperando certas coisas, é uma forma de ingenuidade, idiotice, loucura, não tenho nenhum problema em me proclamar ingênuo, idiota, louco. Mas, vou morrer acreditando nestes valores, que me impulsionaram a fazer todo o meu trabalho, a viver toda a minha vida, a fazer as minhas renúncias, a lutar pelas minhas afirmações. Quando te digo que mais além da loucura existe uma nova lucidez, uma nova sabedoria, esta afirmação não é gratuita, nem somente paradoxal; não é nem mesmo uma provocação: é uma maneira de entender e sentir que os valores da sociedade em que estamos vivendo estão todos equivocados e não respondem à minha concepção e minha alegria da vida e do mundo. Uma alternativa é acreditar que eles têm razão e que a gente esteve totalmente equivocado. Isto seria um canto de decepção, desesperança e desilusão. Mas, cuidado, porque estão nos preparando para a morte e não para a vida, para o desengano e não para a esperança, para as formas mais 'realistas' da vida. Mas, quando este tipo de gente diz 'realista', o que está fazendo, no final das contas, é transmitir como um vírus uma visão cínica do mundo: eles são os assassinos da vida.

Nestes momentos em que já não existem mais tantos apoios filosóficos ou estéticos ou racionais para poderá seguir acreditando nestas coisas, então deixo somente que o meu coração pulse, que meu sexo pulse, que o meu corpo se mova, trema, caminhe, se agite e que minha verdade intelectual seja suplantada, substituída, reanimada por uma verdade fisiológica, tão simples que ninguém me a poderá negar. E que se traduz neste ponto: a vida quer viver!

A utopia está lá no horizonte. Aproximo-me dois passos, ela se afasta dois passos. Caminho dez passos e o horizonte corre dez passos. Por mais que eu caminhe, jamais alcançarei. **Para que me serve a utopia? Serve para isto: para que eu não deixe de caminhar!**

REFERÊNCIAS

- Batista, J. B. (2005) A verdade do ser como alétheia e errância. *Existência e arte: Revista Eletrônica do Grupo PET – Ciências Humanas, Estética e Artes*. Universidade Federal de São João Del-Rei, 1(1). Disponível em: http://www.ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/existenciaearte/Edicoes/1_Edicao/A%2overdade%2odo%2oser%2o como%2oAletheia%2oe%2oErrancia%2oJoao%2oBosco%2oBatista.pdf. Acesso em 9 fev. 2014.

- Block, W. (2010) Em defesa de um livre mercado para órgãos do corpo. *Site do Instituto Ludwig von Mises: Liberdade – propriedade – Paz*. Disponível em <http://www.mises.org.br/Article.aspx?id=194> . Acesso em 18 out. 2010.
- Bourdieu, P. (1994) O campo científico. In: Bourdieu, P. *Pierre Bourdieu*. (2ª ed.) São Paulo: Ática, (coleção “Grandes Cientistas Sociais”, vol. 39).
- Bousseyroux, M. (2012) Práticas do impossível e teoria dos discursos. *A Peste: Revista de Psicanálise e Sociedade*, 4 (1/2), p.183-194.
- Bruno, P. (2010) *Lacan, passeur de Marx: l'invention du symptôme* . Toulouse: Érès.
- Cevasco, R. (2014) Acto y saber em la lógica colectiva de Lacan. In: GALLANO, C. (org.) *Política de lo real: novos movimientos sociales y subjetividad*. Barcelona: Ediciones S&P.
- Foucault, M. (2001) O que é um autor? In: Foucault, M. *Ditos e Escritos: Estética – literatura e pintura, música e cinema (vol. III)*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, p. 264-298.
- Freud, S. (1987) Análise terminável e interminável. In: Freud, S. *Ed. Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas*. (2ª ed.) Rio de Janeiro: Imago, vol. XXI.
- Fukuyama, F. (1989) The End of History. *The National Interest*, summer, p. 3-18.
- Fukuyama, F. (1992) *O fim da história e o último homem*. Rio de Janeiro: Rocco.
- Grespan, J. (2006) Apresentação – anatomia do mundo moderno. In: Marx, K. *A mercadoria*. [incluindo comentários e tradução de Jorge Grespan]. São Paulo: Ática.
- Houaiss, A. e Villar, M. de S. (2001) *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva.
- Joplin, J. ; McClure, M.; Neuwirth, B. (1971) Mercedes Benz. *Pearl* (disco). Janis Joplin, cantora. USA, Columbia, 30322. Disco lançado em 1971.
- Joplin, J. ; McClure, M.; Neuwirth, B. (2003) *Mercedes Benz*. Janis Joplin, cantora. Germany, Sony.
- Jorge, M. A. C. (2008) *Fundamentos da Psicanálise de Freud a Lacan – vol. 1: As bases conceituais*. (5ª ed.) Rio de Janeiro, Jorge Zahar.

- Lacan, J. (1972) Conférence à l'université de Milan, le 12 mai 1972. [Disponível em <http://espace.freud.pagesperso-orange.fr/topos/psycha/psysem/italie.htm> . Acesso em 12 jan. 2015]
- Lacan, J. (1984) Préface à l'ouvrage de Robert GeorGIN. GEORGIN, Robert. *Lacan*. (2ª ed.) Paris, l'Age d'homme, pp. 9-17. [Disponível em <http://aejcpp.free.fr/lacan/1977-00-00.htm> . Acesso 12 jan. 2015]
- Lacan, J. (1988) *Escritos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Lacan, J. (1992) *O Seminário, Livro 17: O avesso da Psicanálise*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Lacan, J. (2003) Lituraterra. In: *Outros escritos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Lacan, J. (2008) A ética da Psicanálise. O seminário: livro 7. (2ª ed.) Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Lacan, J. (2008) *O Seminário, Livro 16: De um Outro ao outro*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Lacan, J. (s./d.) *O Seminário, Livro 19: ... ou pior*. Inédito.
- Marx, K. (1894) *Das Kapital*. Berlim, Dietz Verlag, 1894.
- Marx, K. (2006) *A mercadoria*. [incluindo comentários e tradução de Jorge Grespan]. São Paulo: Ática.
- Pacheco Filho, R. A. (2009) A praga do capitalismo e a peste da Psicanálise. *A Peste: Revista de Psicanálise e Sociedade e Filosofia*, 1(1), p.143-163.
- Pacheco Filho, R. A. (2010) "Lease your body": a encantação do corpo e o fetichismo da mercadoria. *Stylus: Revista de Psicanálise*, 21, p. 37-46.
- Roudinesco, E. e Plon, M. (1998) *Dicionário de Psicanálise*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Sloterdijk, Peter (2008) *Critique of cynical reason*. Minneapolis : University of Minnesota Press.
- Soler, C. (2011) O discurso capitalista. *Stylus: Revista de Psicanálise*, 22, p. 55-67.
- Zizek, S. (1996) Como Marx inventou o sintoma? In: _____ (org.) *Um mapa da ideologia*. Rio de Janeiro: Contraponto, p.297-331.