

V SEMINÁRIO DE PRÁTICA DE PESQUISA EM PSICOLOGIA

ISSN: 2317-0018

Universidade Estadual de Maringá

18 a 19 de Fevereiro de 2016

A AGRESSIVIDADE IMPLÍCITA NO FENÔMENO DA COMPULSÃO AO CONSUMO.

Flávia Cunha Pacheco (Departamento de Psicologia; Universidade Estadual de Maringá; Maringá-PR; Brasil). Marco Antônio Rotta Teixeira (Departamento de Psicologia; Universidade Estadual de Maringá; Maringá-PR; Brasil).

contato: flavia_cunha_pacheco@hotmail.com

Palavras-chave: Inferioridade. Narcisismo. Idealização. Gozo. Fetiche.

O estudo em questão tem como objeto de estudo a agressividade, analisando esta a partir da psicanálise freudiana a qual diz que a utilização desta pelos sujeitos seria para não apenas defender-se, mas, também para violentar. A agressividade seria a caracterização chave presentes em todas as formas de representação da pulsão de morte. Para além de Freud, Hobbes apresenta a frase “o homem é o lobo do homem” discorrendo acerca da ideia de que é preciso conter seus impulsos agressivos para que a vida social possa existir. Por outro lado, Rousseau acredita que o homem é instintivamente bom e puro, seria a sociedade que o corrompe – porém, de acordo com Freud (1930), é a partir de um ato agressivo se dá o primeiro êxito cultural: a civilização, após, a luta constante seria entre: se viver em comunidade como uma unidade ou buscar os privilégios individuais.

Conforme com Rey-Flaud (2002) a indiferença seria o primeiro representante da pulsão de morte, o bebê desde seu nascimento estabelece suas primeiras relações no mundo tendo como base a indiferença, que pode voltar à tona em qualquer momento. Sobre isto Freud (1920, p. 209 – complemento nosso) nos descreve “tanto o desenvolvimento superior como a regressão poderiam ser consequências de forças externas [sociais] que impelem à adaptação [...]”. Para Laplanche e Pontalis (2001) a agressividade pode ser entendida como uma tendência, que pode se apresentar em conjunto, que deixa-se transparecer via comportamentos reais ou fantasiados nos quais o objetivo seria prejudicar o outro.

A partir do objetivo central que construímos; a saber: fazer uma análise da agressividade na pós-modernidade, a fim de visar o possível papel desta no fenômeno da compulsão ao consumo, fizemos não só a análise etimológica e epistemológica do conceito, mas, também do contexto ao qual Freud vivia e o contexto ao qual nos encontramos. As circunstâncias que a Modernidade se encontrava foi de bastante ambivalência, ora fora construído um projeto civilizatório – marco de progresso – ora se estoura duas Grandes Guerras Mundiais – expressão de intensa agressividade. O que se vê nesta época, de acordo

V SEMINÁRIO DE PRÁTICA DE PESQUISA EM PSICOLOGIA

ISSN: 2317-0018

Universidade Estadual de Maringá

18 a 19 de Fevereiro de 2016

com Freud (1915) é um florescer de sentimentos demarcados pela confusão; desamparo; insegurança, os sujeitos não veem sentido mais em suas impressões e julgamento de valores disseminados até então, inclusive o Estado, visto como uma instância de grande poder, que deveria amparar os seus os coíbem/freiam de agir com agressividade com práticas delimitadas por violência. E ainda, além de exigir extremos de obediência e sacrifício, raras são as vezes que o Estado responde a isso de forma a compensar.

Mesmo quando a Primeira Guerra Mundial já havia ocorrido, parece que o projeto civilizatório ainda se fez presente, hipótese que constatamos com os escritos de Freud em 1930 ao qual trata das formas de dar vazão a agressividade na Modernidade, sendo disponível 3 (três) modos: proferindo parcela de impulsos agressivos para fora via força bruta para com o outro; fazendo deslocamentos desta tendência, tirando-a de seu objetivo original e dando outros significados à ela (sublimação) ou introjetando esta agressividade gerando uma autodestruição e um sentimento de culpa – o retorno da agressividade para si. De acordo com Kehl (2002) o que mais se acentua precisamente nos séculos VXIII e XIX é a utilização das “máscaras de recato”, o homem busca se esconder por detrás da representação de “homem ideal”, tenta negar seus desejos e fantasias. Podemos dizer que há uma certa obediência moral advinda de uma sociedade que se diz civilizada, esperando o momento em que possa vivenciar seus instintos. É interessante entendermos que o sujeito se constrói como uma espiral, ou seja, “[...] todo estágio de desenvolvimento anterior permanece conservado junto àquele posterior, que se fez a partir dele; sucessão também envolve uma coexistência [...]” (FREUD, 1915, p. 225).

Já em 1932 Freud escreve acerca da Guerra acrescentando críticas a respeito do funcionamento social, acreditando que as relações estabelecidas na sociedade são demarcadas por distribuição de direito de forma díspar desde o início, onde se vê um confronto entre os que desejam fugir à regra e os que condenam tal ato. Vemos que esta luta pelos interesses vai se individualizando cada vez mais, ao passo que, o coletivo perde seu valor e a moral centra-se agora no narcisismo. (BIRMAN, 2006). As pessoas se comportam, na “relação com o outro”, como se tivesse uma audiência invisível, é um espetáculo. Querem ser conhecidas como vencedoras e o maior medo é seres rotuladas como inferiores. “[...] o sucesso hoje em dia não significa ‘somente subir de posto’, mais ‘passar à frente de outros’ [...]” (LASCH, 1983, p. 70). De acordo com Kehl (2002, p. 53) [...] esta quebra na unicidade do discurso do Outro trouxe a necessidade de uma autofundação das escolhas subjetivas [...].

V SEMINÁRIO DE PRÁTICA DE PESQUISA EM PSICOLOGIA

ISSN: 2317-0018

Universidade Estadual de Maringá

18 a 19 de Fevereiro de 2016

O sujeito pós-moderno sente seu eu esmagado, e o ritmo que nos é posto já não é nos parâmetros humanos. Não há tempo para se pensar, “[...] nosso tempo de possibilidades de elaboração, constituição e entrelaçamento de sonhos, memórias, pensamentos cada vez mais estão sendo afetados” (LEAL, 2006, p. 10). Observa-se uma acentuação da busca pela glorificação do eu via consumo. Este tomou proporções inimagináveis na nossa vida! Qualquer atividade em que nos envolvemos esta prescrita nos padrões de ir às compras. A educação consumista se inicia logo cedo e está sempre em desenvolvimento. As instituições responsáveis por transmitir tal educação poderiam ser consideradas: os comerciais da TV, cartazes e *outdoors*, revistas, as relações quotidianas, até mesmo os especialistas de laboratório que tem o trabalho de procurar soluções para os “problemas da vida” (BAUMAN, 2001). Os conteúdos midiáticos hoje são responsáveis por criar enquadres de identidades heterônimas e pautadas nas falsas e efêmeras identificações (CANIATO; MEGUME, 2013).

Tendo em vista as análises levantadas acima, nos propomos a fazer uma pesquisa bibliográfica, de cunho qualitativo, epistemológico e conceitual. Não obstante, nos orientamos no método de abordagem dialética sendo que esta “[...] constitui-se numa espécie de mediação no processo de apreender, revelar e expor a estruturação, o desenvolvimento e transformação dos fenômenos sociais [...]” (KOSIK, 1976, p. 16 apud FRIGOTO, 1989, p. 79-80). Obtivemos como considerações o quanto a propaganda se estrutura a partir de um alicerce perverso, a qual exige dos seus servos um saber sobre o gozo absoluto – pretende-se recuperar o gozo perfeito ilusório, advindo da fase do autoerotismo pela via da prática masturbatória (RAMOS, 2007; LEAL, 2006; MIRANDA, FAVERET, 2011). De acordo com Belloni (2004) parece que o imaginário da mídia está tomado pelo princípio de morte, onde se endeusa e vende a violência que se consubstancia nas imagens fragmentadas combinadas com o ritmo extremamente acelerado, com mensagens audiovisuais complexas e estandardizadas. Também algo que demarca o conteúdo midiático é o fetiche introduzido à mercadoria, este esconde a falta, que ao viés de Marx, seria da historicidade do conflito que existe em sua origem, isto é: a relação de exploração entre pessoas no processo de sua produção.

Constatamos também que o sujeito compra compulsivamente até atingir estado de torpor absoluto, parece não ter capacidade de pensar frente ao objeto, apenas responde à sua tensão por ações compulsivas (MIRANDA; FAVERET, 2011). “[...] Há algo de *serial killer* no consumidor compulsivo, assim como há algo de consumidor compulsivo no *serial killer* [...]” (RAMOS, 2007, p. 107 – grifo do autor), é plausível que o ato de consumir esteja cada

V SEMINÁRIO DE PRÁTICA DE PESQUISA EM PSICOLOGIA

ISSN: 2317-0018

Universidade Estadual de Maringá

18 a 19 de Fevereiro de 2016

vez mais próximo do ato de devorar partes do adversário para, assim, adquirir traços mais vigorosos. “[...] goza-se com isso: não tanto da própria inclusão (que pode não passar de uma fantasia), mas da exclusão do outro [...]” (KEHL, 2004, s/p). Também a relação do sujeito com aquilo que é produzido por ele próprio (porém esta sentença as vezes cai no esquecimento e a mercadoria ganha vida como numa espécie de feitiçaria) traz efeitos assoladores, detrás de toda essa reprodução; simplificação; fragmentação; homogeneização etc., tem-se uma certa deterioração da capacidade crítica, imaginativa e criativa do sujeito, este posto apenas para não produzir e questionar e, sim reprisar/plagiar e se conformar com a servidão. Kehl (2004) confirma esta sujeição, ao passo que, descreve que a forma atual de organização dos laços sociais se baseia numa relação entre perversos e neuróticos, onde estes últimos são facilmente instrumentalizados pelos primeiros, que se oferecem como um mestre (publicitário) que sabe das condições de seu gozo. O neurótico tem para si uma parcela de prazer, porém, o gozo se faz plenamente para o perverso Capital. Para finalizar, após estas análises nos questionamos acerca dos efeitos dessas relações que parece denunciar sinais de uma regressão a uma ordem primitiva que não dá conta mais de refrear uma luta de todos contra todos.

Enfim, vemos como necessário incitar discussões dos fenômenos bastantes presentes na pós-modernidade, possibilitando uma análise crítica de como as relações humanas estão sendo estabelecidas no campo social em plenas transformações. Este estudo não seria apenas para contribuições pessoais e acadêmicas, mas principalmente para fomentar reflexões e novos estudos acerca do assunto no campo teórico/científico. E assim se fazendo possível nos perguntarmos: o que está ao nosso alcance fazermos diante deste intenso mal-estar presente em nós? Afinal, temos a possibilidade, como seres ativos, de dar novo desenrolares aos aspectos que nos circundam.

Referências

BAUMAN, Z. Individualidade. In: _____. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001. Cap. 4, p. 64-106.

BELLONI, M. L. Infância, máquinas e violência. **Educ. Social**, Campinas, v. 25, n. 87, p. 575-598, maio/ago. 2004.

CANIATO, A.; MEGUME, S. Sociedade do consumo e Indústria Cultural: A subjetividade como mercadoria. In: CANIATO, A; ABECHÉ, R. **Psicanálise, Teoria Crítica e Cultura: uma leitura psicopolítica da subjetividade contemporânea**. Maringá: Eduem, 2013, p. 143-157.

V SEMINÁRIO DE PRÁTICA DE PESQUISA EM PSICOLOGIA

ISSN: 2317-0018

Universidade Estadual de Maringá

18 a 19 de Fevereiro de 2016

FREUD, Sigmund (1915). Os Instintos e seus destinos. In:_____. **Sigmund Freud Obras Completas**. Introdução ao narcisismo, ensaios de metapsicologia e outros textos. São Paulo: Companhia da Letras, 2010, p. 51-81.

FREUD, S. Considerações atuais sobre a guerra e a morte (1915). In:_____. **Sigmund Freud Obras Completas**. Introdução ao narcisismo, ensaios de metapsicologia e outros textos. São Paulo: Companhia da Letras, 2010, p. 209-246.

FREUD, Sigmund (1920). Além do princípio do prazer. In:_____. **Sigmund Freud Obras Completas**. História de uma neurose infantil (“O homem dos lobos”), além do princípio do prazer e outros textos. São Paulo: Companhia da Letras, 2010, p. 261-239.

FREUD, S. (1930). **O mal-estar na cultura**. Porto Alegre, RS: L&PM, 2014, 192 p.

FREUD, S. Por que a guerra? (1932). In:_____. **Sigmund Freud Obras Completas**. O Mal-estar na civilização, novas conferências introdutórias à Psicanálise e outros. São Paulo: Companhia das Letras, 2010, p. 417- 435.

FRIGOTO, G. O Enfoque da Dialética Materialista Histórica na Pesquisa Educacional. In: FAZENDA, I (Org). **Metodologia da pesquisa educacional**. São Paulo: Cortez, 1989, p. 69-90.

KEHL, M. R. A publicidade e o mestre do gozo. In:_____. **Cultura de consumo**. v. 1, n. 2, 2004.

KEHL, M. R. O homem moderno, o desamparo e o apelo a uma nova ética. In:_____. **Sobre Ética e Psicanálise**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002, p. 39-75.

LAPLANCHE; PONTALIS. **Vocabulário da Psicanálise**. 4ª edição. São Paulo: Martins Fontes, 2001, 552p.

LASCH, C. A Personalidade Narcisista de Nossos Dias. In:_____. **A Cultura do Narcisismo: A Vida Americana numa Era de Esperanças em Declínio**. Rio de Janeiro: Imago, 1983, Cap. II, p. 55-78.

LEAL, R. C. Compulsividade: descompasso em uma sociedade de consumo de massas. Texto apresentado no “IV Congresso Latinoamericano de Psicologia Junguiana”. Punta del Leste – Uruguay, set. 2006, p. 1-12.

MIRANDA, O. B.; FAVERET, B. M. C. Compulsão à repetição e adicção. **Psicanálise & Barroco em revista**. Juiz de Fora, v. 9, n. 2, p. 147-160, dez. 2011.

RAMOS, C. Imperativo de gozo e propaganda no laço social da sociedade de consumo. **Mental**. Barbacena, n. 9, p. 101-116, nov. 2007.

REY-FLAUD. Os fundamentos metapsicológicos de *O mal-estar na cultura*. In: LE RIDER ET AL. **Em torno de O mal-estar na cultura, de Freud**. São Paulo: Escuta, 2002.