

MERCADOS DE GOZO E DE SABER*

Ilza Matias de Sousa

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

O saber do filósofo

Nietzsche pronuncia, a seu modo galopante, a entrada dos discursos dos saberes na economia do capitalismo. Dotado dessa antevisão, ele aponta para a arte, reconhece o lugar que lhe cabe enquanto objeto que nasce do preço do gozo e do saber. Decreta a morte do que resta da arte clássica. Faz seu personagem "filósofo" irromper no teatro do mundo declarando "nossa última gratidão para com a arte"¹, num mundo em que o dinheiro é o objeto por excelência e impregna o seu poder totêmico por toda parte.

Pode-se considerar esse momento filosófico europeu nietzschiano como o começo do declínio da arte, de sua queda vertiginosa das alturas metafísicas. Transforma-se em mercadoria. E se não é possível calcular o seu preço em forma de valor a ser ganho, recebe um valor de gozo. Será a arte (= objeto) a mercadoria investida da "mais-valia-mais-de-gozar". Valor resultante de uma forma de perda, a perda de gozo. O seu preço resulta do "excedente entre o que se paga por perdê-lo e o que se paga para recuperá-lo"². A sua circulação vai de um Outro simbólico ao outro imaginário; vai do artista ou mestre ao outro, o consumidor, o amador da arte, o colecionador, entendido como uma categoria de sujeito social e individual.

O filósofo encena o seu pathos diante dos restos da arte. Enuncia, não sem ironia, uma nova modalidade filosófica de enfrentamento da nova condição objetual da arte: a dívida de gratidão pelo fato de ter aprendido, com a experiência da criação, a distância artística. A arte dá a sua lição de vida: é preciso procurar a sabedoria por trás das aparências. Aliás, cabe ao filósofo esse achado pela via do humor, da ironia, da diatribe:

"Temos de descansar temporariamente de nós, olhando-nos de longe e de cima, e de uma distância artística, rindo sobre nós ou chorando sobre nós, temos de descobrir o herói, assim como o parvo, que reside em nossa paixão do conhecimento, temos de

* Imagens desenvolvidas por Jacques Lacan em face ao reconhecimento de uma "mais valia do capitalista" na constituição do sujeito e dos discursos.

¹ NIETZSCHE, Friedrich Wilhelm. *Obras incompletas*. (org.) Gérard Lebrun. Trad. e notas de Rubens Rodrigues Torres Filho. São Paulo: Abril Cultural, 1978, p.104-5 e 197-198 (Os pensadores).

² CARRILO CURRY, Sylvania del. "O preço do Saber: mais-valia — mais-de-gozar", In: *Canto Freudiano*. Belo Horizonte. III Jornada de Trabalhos e Cartéis, set. 1991, p.95-99.

alegrar-nos vez por outra com nossa tolice, para podermos continuar alegres com nossa sabedoria! E precisamente porque nós, no último fundamento, somos homens pesados e sérios e somos mais pesos do que homens, nada nos faz mais bem do que a carapuça do pícaro: nós precisamos usá-la diante de nós próprios - precisamos usar de toda arte altiva, flutuante, dançante, zombeteira, pueril e bem-aventurada, para não perdermos aquela liberdade sobre as coisas que nosso ideal exige de nós”³.

A arte, ou o que resta dela, coloca o sujeito em face de uma decalagem entre a prática metafísica desocupada de valor de troca - com um tempo de descanso temporário para o alívio do artista, ou do criador - e a prática econômica capitalística em que o objeto de um trabalho se constitui dentro de uma relação de produtividade que carrega em si mesma uma mais-valia, nos termos de Marx.

O medo de fazer cair o saber na cotação internacional leva à constituição de um espécie quantificadora e acumulativa deste na indústria cultural. Se o discurso do mestre, em seu ser matematizável, equivale ao do capitalismo, o objeto artístico equivale à mercadoria. Não mais produto diferenciado do artista. Torna-se também indiferenciado. Tal indiferenciação no mundo das mercadorias só se desfaz por um instante quando o objeto arte e os outros objetos se olham⁴.

O estatuto da arte como produto mercadológico gera esse fato singular no capitalismo: o da industrialização da cultura. A arte perde a aura da subjetividade original⁵. Com o que era específico da arte - a IMAGO - a indústria cultural reveste todos os seus produtos. A objetividade da mercadoria é suplementada pelo investimento do desejo. Mercadorias valem por ícones, ídolos, imitação, espectros, aparição, miragem. A arte como mercadoria revela uma falta: é o sentido da vida que dela sai.

Assim se forma o problema da indústria cultural: o de consistir numa produção fantasmática posta a preço. Uma operação é acionada que se pode descrever com a cena lacaniana do mais-de-gozar:

“O homem imbecilizado, horas diante de um aparelho de TV, torna-se, ele mesmo, olhar e voz do outro. A voz que chega de todos os cantos do planeta é um ordenamento de Gozo, um imperativo Super-egóico. Deus-Morto retorna prolongado em seus objetos”⁶.

A nuance de comicidade que disso resulta faz-nos vestir à vontade a carapuça burlesca, picaresca, do disfarce do filósofo, que se comporta como se empenhasse a própria pele. Nos traços caricaturais dos filósofo disfar-

³ NIETZSCHE, op.cit., p.198.

⁴ MARX, Karl Apud VAZQUEZ, Adolfo Sánchez. *As idéias estéticas de Marx*. Trad. de Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1968.

⁵ BENJAMIN, Walter. *Magia e Técnica, arte e política*. Trad. de Sérgio Paulo Rouanet. 7.ed. São Paulo: Brasiliense, 1994, p.165-196.

⁶ LACAN, J. *Television*. Trad. de Luiz S. D. Forbes. Biblioteca Freudiana Brasileira.

çado, os sujeitos que se localizam espaço-temporalmente nas indústrias culturais têm um destino funesto: morrem de gozo.

Esse processo provoca um estado semelhante ao luto. Esse sentimento de luto é o que divisamos, p.ex., em Baudrillard.⁷ E ainda esse estado que, a meu ver, define a singularidade das sociedades pós-industriais (as européias e a norte-americana), estabelecendo-as como sociedades de ritual.⁸ Ou na visão de Louis-Vincent Thomas: sociedades de ritos funerários que “permitem organizar e depois expelir a dor e o sentimento de culpa dos sobreviventes”⁹.

Nietzsche tinha razão, o que é reafirmado por Baudrillard: a cultura industrializada acentua a paródia dos mercados de saber e gozo e o trocadilho do Outro, enquanto projetam uma dimensão de alteridade remetida ao simbólico e à linguagem, numa sociedade de pequenos outros compactados numa massa silenciosa, comandados pelo gozo à distância, globalizados, num permanente estar ligados, “plugados”, que os leva precocemente ao infarto. Para não perder a cabeça, ao filósofo, que assiste a essa cena, resta a irrisão.

O saber de passagem: a interpretação crítico-alegórica do “angelus novus” no aceno para a indústria cultural

O “Angelus Novus” de Paul Klee suscita em Walter Benjamin o pensamento sobre a indústria cultural nos incílios da era da técnica e das superconcentrações urbanas (com indústrias do rádio, da televisão, do livro, da telemática, do cinema, etc., sua criação e difusão). Postado diante da imagem do artista, Benjamin parece suspeitar que o sujeito que vai nascer entre os modernos do séc. XX e entre os restos da arte que perdeu a subjetividade original (essa arte defectiva) é da ordem do falanjo. Este se aloja no sentido, na fala, na estrutura semiótica. Assim também os produtos da indústria cultural adquirem especificidade da linguagem. Revestem-se do sagrado, sendo produzidos por homens “guerreiros” que atuam sobre uma suposta natureza, mesmo sabendo que já a perderam.

Benjamin compreendia que a história da modernidade inscrevia-se como um campo do falanjo entre o humano e o divino, campo do qual surgiria o comportamento hedonista e consumista do capitalismo como uma forma de histeria e obsessão¹⁰ de representações culturais que lançam o homem no objeto e vice-versa, resultando disso uma desfuncionalização de

⁷ BAUDRILLARD, J. *Simulacros e simulação*, Trad. de Maria João da Costa Pereira. Lisboa: Relógio D'água, 1991.

⁸ PERNIOLA, Mario. “Mitos e ritos”. In *Civilizações: Entrevistas do LE MONDE*. São Paulo: Ática, 1989, p.111-117.

⁹ THOMAS, Louis-Vincent. “Mitos e ritos”. J. *Civilizações: Entrevistas do LE MONDE*. São Paulo: Ática, 1989, p.118-125.

¹⁰ Sobre essas idéias do campo freudiano e lacaniano, cf. COUTINHO, Jorge, Marco Antonio. *Sexo e discurso em Freud e Lacan*. Rio de Janeiro: Zahar Editor, 1988.

linguagens e signos. A memória cultural passa a ter consistência de suvenir, no lugar de sua função épica e histórica.

O "Angelus Novus" está exatamente no lugar de passagem do que sobrou da arte clássica para seu novo registro de nascimento capitalista como mercadoria de gozo do sentido, enfim, encontra-se na passagem para seu lugar do produto.

O valor desse campo do falarjo¹¹ dá-se na medida em que problematiza o lugar do sujeito da produção como alienado ou singelo, ora anunciando-o como agente do processo semiótico, ora apagando-o de seu campo subjetivo.

Faz-se necessário abandonar o discurso poderoso do mestre no mercado do Saber, para cuidar do poder do capital no campo de produção do entretenimento, em que a vertigem do gozo, da mais-valia-mais-de-gozar é o que se circunscreve na indústria cultural. O substituto do saber passa a ser a moeda imaginária do amor. E o sentido do amor toma conta do capital, da arte, da mercadoria. O amor passa a constituir uma forma de relacionamento do múltiplo de si, da sociedade e civilização capitalista¹². Para falar como Baudrillard, o Eros criaria um horizonte social do valor onde só poderia haver morte e alienação. No império do amor ao dinheiro, aos objetos de consumo, aos haveres e "teres", consolida-se a indústria cultural. O amor justifica a força de trabalho da sociedade de consumo, propicia a lógica capitalística de mais-valia-mais-de-gozar. "Fazer Amor" universal é o discurso emblemático desse campo de produção do falarjo capitalista. Isso cristianiza o capital e subtrai a culpa dos produtores e consumidores.

Benjamin narra esse enredo romanesco do anjo caído, da indústria cultural¹³. Ele próprio pertence a esse lugar do falarjo, pois sua produção constitui-se numa fala de amor tão veemente que faz de suas reflexões sobre a indústria cultural um espaço pedagógico que redimensiona o trabalho e o saber, penetrando no mundo do capital, que se anuncia, com a proposta do jogo da infância, do puro gozo de criar e pensar. Isso funciona na sua obra como uma espécie de exílio romântico.

Mas essa cena amorosa manifesta uma cena de crise. Evoca sempre sua contrapartida, seus opostos, suas contradições. O amor no capitalismo tem suas estratégias fatais: fascinação, obscenidade, êxtase¹⁴. Benjamin tomava do "Angelus Novus", a alegoria do amor possível na civilização moderna. Benjamin apresentava a interpretação crítico-alegórica como uma forma de

¹¹ MD. Magno introduz a idéia da nomeação do falarjo. Ele diz: "Somos esses seres extremamente parecidos com os grotescos dos macacos e que, no entanto, só pensamos como anjos, quando conseguimos pensar". Apud COUTINHO Jorge, *Ibidem*, p.190.

¹² Ver MARCUSE, Herbert. *Eros e civilização*. Trad. de Álvaro Cabral. 8ª Edição. São Paulo: Guanabara-Koogan, s/d.

¹³ Isso valerá para toda a obra benjaminiana amplamente conhecida dos universitários brasileiros.

¹⁴ BAUDRILLARD, Jean. *As estratégias fatais*. Trad. de Manuela Parreira. Lisboa: Editorial Estampa, 1990.

salvação da coisa alienante. Inventa filosoficamente o amor pelos pequenos outros, desprezados, ignorados pela grande história narcísica. Imprime neles o sentido cultural que lhes era negado. Invenção que funciona como um pathos à distância, de maneira semelhante ao teatro épico de Brecht¹⁵. É um amor elevado ao gozo do sentido, sincronizado como a postura do falante buscando liberar a oralidade reprimida num universo de cultos e doutos. A entrada do sujeito do discurso crítico nas indústrias culturais, fundadas em economias de trocas, representa a perda da protagonização do humano pela transferência de seu poder ao dinheiro, ao significante "dinheiro", provocando lutas na arena dos signos ideológicos (Bakhtin), conforme consta da ata daqueles que, para Benjamin, compunham a "nova barbárie: os subjugados pela história do capital.

Arte e indústria cultural: "mais-valia-mais-de-gozar". Trabalho e produção do gozo

Não há mais o martelo do filósofo "escultor" nietzschiano a quebrar a golpes insistentes os monumentos da cultura clássica e metafísica, a fim de modelar a massa que ali restava, como uma forma de contestação às instituições intelectuais alemãs de sua época. Nietzsche lança, nas marteladas filosóficas, a cultura industrializada sob a perspectiva psicanalítica inconsciente: alienada na sua própria história sob o ordenamento do gozo. Isso retira o sentido do anátema da reificação capitalista como evento único de alienação. Toda cultura humana aliena o sujeito desde o nascimento. A gaia ciência será a ciência desse inconsciente que, para não se identificar com o vazio cultural, cria o sentido da irrisão.

Benjamin, por sua vez, identifica-se com o vazio do sentido. Há nele uma atitude religiosa de disposição para o luto, para a devoção melancólica diante dos despojos dos bens culturais. Sentimento só superado porque Benjamin persegue o amor da verdade postulando que "o olhar do historiador deve ser criticamente destrutivo, dotado da desconfiança necessária sobre o legado da experiência cultural da tradição"¹⁶.

Nós, no Brasil, na América Latina, nas instituições que se forjaram com a colonização, recebemos os restos culturais europeus e acrescentamos a eles o legado cultural da "nova barbárie", nós mesmos incluídos nesse gênero de humanidade.

Herdamos o fetichismo da mercadoria, o mercado de trocas e, junto com isso, o desejo da recuperação da perda do gozo para nos constituirmos em acumuladores de saberes. Colocamo-nos (até nosso corpo) fora da função do trabalho como produção do gozo, visando produzir o gozo do Outro, os agentes das culturas multinacionais. Estes não têm interesse se o

¹⁵ BENJAMIN, *ibidem*, p.120-136.

¹⁶ Cf. NEVES, Francisco Ramos. *A história em fragmentos: uma leitura das teses sobre o conceito de história em Walter Benjamin*. Projeto de dissertação apresentado a UFPB. João Pessoa, 1995 (Xerox).

orgasmo foi reciprocamente alcançado. Como nos motéis de alta rotatividade, o lucro corresponde a formas vazias publicitárias de mais-degozar. Para o latino-americano, na corrida desse mercado, ficaria o trabalho como produção do gozo do Outro com os produtos que nos chegam: estes textos, estes restos (Nicolás Rosa).

Hoje, quando se assiste a uma sociedade mundial, global e pós-industrial, abre-se a perspectiva sobre a qual se projeta a iniciativa para as Américas organizarem de maneira integrada seus próprios mercados de saber e de gozo. Brasil, Argentina, Paraguai, Uruguai, Bolívia, Chile, Venezuela tentam instalar a indústria cultural doméstica dentro de projetos econômicos, comerciais, políticos, ideológicos, psicológicos, artísticos com fortes componentes de modernidades tardias, fundados em liberdades asseguradoras do neo-liberalismo, o que faz do MERCOSUL um eterno tributário dos blocos formados pelos países ricos (União Européia e América do Norte)¹⁷.

Vive-se numa época de pós-produção com tecnologias avançadas, baseadas na eletrônica e na informática, abrangendo o planeta, a despeito do desemprego, miséria e analfabetismo estruturais, que rolam ao lado da automação e da robotização.

A ascensão da indústria cultural no MERCOSUL será sintoma da des-subjetivação e da perda do gozo ou uma tentativa de recuperar o mais-degozar do saber, do Outro? Desejamos nosso próprio gozo? Se assim não for, pagaremos um alto preço: cairmos nas ruínas circulares (para usar a metáfora de Jorge Luis Borges), da mesmidade histórica. Pode-se gozar desta, reintroduzindo o sentido do "começar de novo" que o conceito de barbárie benjaminiano aciona, como dispositivo de resistência político-cultural. Podemos inventar um "começar do começo", e, enquanto atores da nova barbárie, compreender a experiência cultural como "um meio para o poder-fazer-diferente"¹⁸, a fim de não persistirmos na imitação da experiência, na eterna citação informativa e no pastiche de supermercado.

¹⁷ PRAXEDES, Walter e FILLETTI, Nelson. *O MERCOSUL e a sociedade global*. São Paulo: Ática, 1996.

¹⁸ NEVES, Op.cit., p.14-15.