

O horizonte em vertigem: pós-modernidade, narcisismo e o capitalismo do desejo irrefreável

Wellington Fontes Menezes¹



Este artigo está licenciado sob forma de uma licença
Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.

 <https://doi.org/10.32459/2447-8717e243>

Recebido: 24-11-2023 | Aprovado: 30-07-2023 | Publicado: 29-06-2024

Resumo: A Pós-modernidade simbolizou um marco referencial na ideologia e costumes da esfera capitalista. O indivíduo se tornou muito mais autônomo, mas também restrito em sua ordem material de mundo. As grandes narrativas e ideologias cederam espaço para o aprofundamento da dimensão psíquica do narcisismo, diante do espetáculo da sedução das mercadorias e sua reificação. Na medida em que aumentou a complexidade da sociedade capitalista, mais se intensificou o distanciamento e o isolamento dos sujeitos. Neste presente trabalho, procurou-se observar os elementos contemporâneos de atuação do capital dentro da esfera psíquica e social. Diante da percepção do desejo sedutor do capital e sua irrefreável demanda em moldar o mundo à sua imagem e semelhança, com suas fundações baseadas no mercado e a democracia burguesa, o sujeito é capturado em sua subjetividade e atrelado a uma sociedade de consumismo.

Palavras-chave: Capitalismo. Individualismo. Narcisismo. Pós-modernidade. Sociedade de consumo.

Abstract: Postmodernity symbolized a landmark in the ideology and customs of the capitalist sphere. The individual has become much more autonomous, but also restricted in his material world order. The great narratives and ideologies gave way to the deepening of the psychic dimension of narcissism, in the face of the spectacle of the seduction of goods and their reification. As the complexity of capitalist society increased, the distancing and isolation of subjects intensified. In this present work, we sought to observe the contemporary elements of capital's performance within the psychic and social sphere. Faced with the perception of capital's seductive desire and its unstoppable demand to shape the world in its image and similarity with its market-based foundations and bourgeois democracy, the subject is captured in his subjectivity and linked to a consumerist society.

Keywords: Capitalism. Individualism. Narcissism. Postmodernity. Consumer society.

¹ Doutor em Ciências Jurídicas e Sociais pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Endereço eletrônico: wfmenezes@uol.com.br

Nota introdutória: caminhos da Pós-modernidade

O fim do período medieval marcou uma ressignificação profunda, densa e abrangente da cosmovisão do homem perante o mundo que o rodeia. Os limites deste mundo, outrora marcados pela religiosidade e a fé obsessiva, já havia se esgotado e um novo paradigma se levantava sob os desígnios da razão objetiva e da experiência. A Modernidade nasce diante de um novo mundo europeu que destronou o Feudalismo e onde se erguia o maior sistema econômico até então adotado pela civilização ocidental: o capitalismo liberal. Agora, Deus não mais era o centro do universo e o homem, ser mortal, fragmentado e desejanste, assume o comando da Modernidade.

O indivíduo passa a ser a fonte motora do progresso social. Lembrando que a figura emblemática do indivíduo moderno é o europeu branco de sexo masculino. Francis Bacon, René Descartes e John Locke foram três dos expoentes filosóficos que defendiam a razão e desenvolviam seu naturalismo filosófico. Conforme ressalta Hicks (2011) sobre os impactos da modernidade no mundo ocidental:

O indivíduo e a Ciência são, portanto, fruto de uma epistemologia da Razão. [...] Aplicado à política, o individualismo leva à democracia liberal. O liberalismo é o princípio da liberdade individual, e a democracia, o princípio da descentralização do poder político para os indivíduos. [...] Aplicado à Economia, o individualismo cria os mercados livres e o capitalismo. A economia capitalista se baseia no princípio de que os indivíduos devem ter liberdade para tomar suas próprias decisões com respeito à produção, consumo e comércio (Hicks, 2011, p. 20-21).

As ideias iluministas seriam o libelo da razão e do exercício do intelecto humano, canalizado na Ciência e no individualismo. A importância e a contribuição do Iluminismo poderão ser entendidas em alguns aspectos que se encontram no consenso entre os estudiosos da temática, sob a luz e confiança no poder da razão: o livre mercado, a política liberal, a construção do progresso científico e a inovação tecnológica.

O Pós-modernismo representa uma reação aos valores propagados pela plenitude ideológica da razão. Para seus principais entusiastas:

Os pós-modernistas rejeitam o projeto do Iluminismo desde a sua base, ou seja, atacando seus temas filosóficos essenciais. Repelem a razão e o individualismo sobre os quais se apoia todo o universo iluminista. E finalizam atacando todas as consequências da filosofia iluminista, desde o capitalismo e as formas de governo até a ciência e a tecnologia. [...] Qualquer pretensão de objetividade e verdade pode ser desconstruída. [...] a objetividade é submetida pela concepção de que raça e o sexo do autor, ou

qualquer outro grupo, ao qual ele pertença, moldam profundamente suas opiniões e sentimentos. Portanto, a tarefa da crítica literária é desconstruir o texto de modo a revelar a raça, o sexo ou os interesses de classe do autor. Todas as decisões são inerentemente subjetivas e motivadas por preferências e pela política. A lei é uma arma a ser usada na arena social do conflito subjetivo, uma arena movida por vontades antagônicas e pela asserção coercitiva dos interesses em um grupo sobre os de outros grupos (Hicks, 2011, p. 24).

Os debates entre defensores do legado da Modernidade e os seus oponentes, os pós-modernistas, exibem uma natureza paradoxal. Há uma desvalorização da objetividade e do conceito de verdade:

Essa batalha tem início com os intelectuais favoráveis à razão, tentando defender as explicações racionalistas da percepção, dos conceitos e da lógica para então, gradualmente, cederem terreno e abandonarem o campo à medida que os intelectuais contrários à razão avançavam na sofisticação de seus argumentos e propunham alternativas cada vez mais não racionais (Hicks, 2011, p. 39).

Na concepção da Pós-modernidade, não existiria assim mais uma objetividade ou verdade histórica, apenas ponderações subjetivistas de como seria possível interpretar a natureza ou um texto. Neste sentido, todas as interpretações seriam válidas, os valores seriam produtos socialmente subjetivos e todos os modos de vida seriam válidos. Hicks (2011, p. 106) ressalta os exageros de Pós-modernidade por alguns dos seus protagonistas acadêmicos: “Seja Stanley Fish, chamando de racistas todos os oponentes da ação afirmativa e colocando-os no mesmo grupo da Ku Klux Klan, seja por Andrea Dworkin, fustigando os homens ao chamar todos os heterossexuais masculinos de estupradores”.

Assim, assinala o autor abaixo, sobre os alicerces do mundo pós-moderno, a partir dos seus anunciadores:

Para Lyotard, a chegada da Pós-modernidade ligava-se ao surgimento de uma sociedade pós-industrial – teorizada por Bell e Alain Touraine – na qual o conhecimento tornara-se a principal força econômica de produção numa corrente desviada dos Estados nacionais, embora ao mesmo tempo tendo perdido suas legitimações tradicionais. [...] Nessas condições, a ciência virou apenas um jogo de linguagem dentre outros: já não podia reivindicar o privilégio imperial sobre outras formas de conhecimento, que pretendia nos tempos modernos. Na verdade, sua pretensão à superioridade como verdade denotativa em relação aos estilos narrativos do conhecimento comum escondia a base de sua própria legitimação (Anderson, 1999, p. 32).

Anderson (1999) ressalta os dois mitos fundadores da Modernidade. Um foi o avanço do conhecimento encarnado na humanidade, se constituindo como agente heroico de sua

própria transformação, conforme ocorreu na singular Revolução Francesa. O outro foi derivado do idealismo alemão, sendo o espírito, como agente da verdade. As metanarrativas, na Pós-modernidade, perdem sua força, além de sua credibilidade, como fonte de conhecimento sobre a humanidade.

No mundo pós-moderno, a ciência declina a sua força-motriz e encontra sua legitimação na eficiência. Outro efeito que deverá ser considerado é um elemento que se constitui no estofamento da Pós-modernidade e foi alicerçado por uma carga densamente psicológica de mediação das relações humanas: o narcisismo. Este conceito e seus desdobramentos sociais serão vistos a seguir.

Narcisismo: estrutura e projeção

No seu trabalho “Sobre o narcisismo: uma introdução”, Freud (1996b) elaborou a primeira aparição do termo “narcisismo”, para explicar a escolha do objeto dos homossexuais, que definem a si mesmos, como forma de objeto sexual, o qual poderá se apresentar com dois sentidos: *anaclítico*, ou seja, uma busca de fusão com o objeto primário; ou *narcisístico*, ou seja, caso em que o objeto escolhido representa o que o indivíduo *é, já foi* ou *quer vir a ser* (Zimmerman, 1999). Todavia, já em 1911, no “Caso Schreber”, Freud (1996a), a partir de uma “descoberta do narcisismo”, propõe uma fase da evolução sexual intermediária, entre o autoerotismo e o amor de objeto, considerando então que seria “investimento libidinal” do próprio Eu, quando o sujeito tomaria o seu próprio corpo como objeto de amor.²

A evolução do conceito se faz por Freud, diante do olhar do narcisismo, como uma estrutura. Neste caso, o narcisismo não surge mais como uma fase evolutiva, mas como êxtase da libido, que nenhum investimento de objeto permite ultrapassar (desinvestimento). Tal observação já tinha sido feita pelo psiquiatra, psicanalista e discípulo de Sigmund Freud, o alemão Karl Abraham, a respeito da demência precoce (Mezan, 1999). Se desejar conservar a distinção entre um estado em que as pulsões sexuais se satisfazem de forma anárquica, independentemente umas das outras, e o narcisismo, em que o ego na sua totalidade é

² Um dos casos analíticos de paranoia mais emblemático de Freud (1996a), publicado 1911, com o título “Notas psicanalíticas sobre um relato autobiográfico de um caso de paranoia (*Dementia Paranoides*)”. A partir dos relatos de Daniel Paul Schreber, juiz presidente da corte de apelação da cidade alemã de Dresden, que faz a narrativa do seu processo psicótico ao ser internado numa clínica da Universidade de Leipzig. Ao tomar contato com este caso, Freud buscou dar uma abordagem psicanalítica do processo psicótico, entre o autoerotismo e o amor de objeto. Esta fase intermediária, Freud designou como sendo o narcisismo.

tomado como objeto de amor, será levado a fazer coincidir a predominância do narcisismo infantil com elementos formadores do ego (Laplanche; Pontalis, 2001).

Numa perspectiva genética, a constituição do ego como unidade psíquica evolui para uma construção do esquema corporal. Logo, tal unidade psíquica que o sujeito adquire a respeito de si mesmo, é consolidada a partir de um modelo exterior, do outro, o que é precisamente o ego. Para Jacques Lacan, o narcisismo trata da captação do outro por esta imagem, a “fase do espelho”. Dessa forma, refere-se ao primeiro momento da formação do ego sob o auspício da experiência narcísica³. Para o estágio inicial, primário, trata-se de um processo de interiorização de uma relação muito particular, cuja projeção se refere a uma sinergia com a autoimagem. Trata-se da criança que toma a si mesma como objeto de amor, antes de surgir ou escolher objetos externos, criando uma espécie de “onipotência de pensamento”⁴.

Elaborando ainda mais a questão narcísica, caracteriza o “narcisismo primário” como a total ausência de relações com o meio, sem uma clara diferenciação entre o id e o ego, o que seria um protótipo de vida intrauterina. Por sua vez, o sono representaria uma reprodução quase perfeita⁵. A identificação pelo outro é considerada, por Freud, como sendo o “narcisismo secundário”, ou seja, o narcisismo do ego é retirado dos objetos, constituindo uma estrutura permanente do sujeito. Portanto, o “narcisismo primário” se refere a um estágio precoce e imprescindível para a constituição do sujeito, no qual a criança investiria toda a sua libido em torno de si mesma. Já o “narcisismo secundário” compreende um retorno ao ego pela libido, extraída dos investimentos objetais (Laplanche; Pontalis, 2001).

Vistos os conceitos de narcisismo primário e secundário, em que medida eles seriam patológicos? Duvidovich (1990) questiona se o narcisismo seria, ou não, uma patologia do nosso tempo. Em caso positivo, como enquadrá-la como tal? Desde quando resgatou o narcisismo que, outrora foi introduzido como patologia por Henry Havelock Ellis, tratando-o como uma “perversão”, Freud considerou “[...] uma fase necessária na evolução que vai do funcionamento anárquico, autoerótico, das pulsões parciais à escolha do objeto” (Laplanche; Pontalis, 2001, p. 291). Elucidando o patológico em busca do normal, Freud contribuiu para desvelar o conceito de narcisismo e suas derivações patológicas.

³ Para Jacques Lacan, a ilusão materna seria a única possibilidade de o sujeito adquirir um corpo, uma imagem possível de ser reconhecida como propriamente sua (Duvidovich, 1990).

⁴ A noção de narcisismo primário poderá sofrer variações substanciais de acordo com seus analistas.

⁵ Há autores que consideram esta fase como sendo “mítica”, rejeitando tal hipótese. Entre esses autores, destaca-se Melanie Klein, que não considera a conjectura de uma “fase narcísica”, visto que, desde o início, haveria relações objetais.

Como foi exposto anteriormente, o narcisismo se refere a um “complemento libidinal da pulsão de autoconservação”. Desta forma, tal como sustenta Duvidovich (1990), o narcisismo “não é patológico, muito pelo contrário, é tão necessário para o próprio processo de subjetivação do sujeito, que a falta dele [...] é tão prejudicial ao sujeito quanto a sua sobra. [...] [e] tão velho quanto o primeiro ser humano”. Ainda sobre a temporalidade (na verdade, o seu caráter atemporal) no narcisismo, Duvidovich (1990), complementa dizendo que “é um operador universal do psiquismo humano, um estruturante da subjetividade e da própria cultura, assim como o Édipo”.

Neste sentido, não existe tempo presente ou passado. Sob o sentido do narcisismo, existe a atemporalidade do discurso subjetivo do sujeito que se inicia a partir da castração. Portanto, se o narcisismo é um elemento fundamental para a constituição do sujeito, por sua vez, é a respeito da exacerbação deste conceito que se ramificam suas patologias, inseridas no modo de produção da cultura material e ideológica. Por fim, é dentro deste contexto que este tema será abordado, de forma sucinta, nos próximos parágrafos.

O narcisismo como um dos alicerces do capitalismo pós-moderno

Na Pós-modernidade, a estrutura do individualismo social se articula umbilicalmente com o narcisismo psicológico. Do ponto de vista da estrutura capitalista, na metamorfose de sua dinâmica pós-keynesiana adentrando no estágio neoliberal, o narcisismo se torna um dos alicerces do capitalismo pós-moderno, ampliando (ou melhor, popularizando-se!) ainda mais com a ideologia do mercado liberal e a arquitetura política da democracia burguesa (Lipovetsky, 2007).

Antes de prosseguir, é importante destacar que, para a estrutura capitalista, o regime de governo independe para sua atuação que poderá ir, desde as estruturas mais totalitárias do nazismo alemão, até os mercados mais liberais de nações europeias. A questão se insere na dinâmica de sua eficiência e na velocidade de reprodutibilidade do capital. Sob um mercado sem freio e um regime político que prioriza a ideologia mercantil, as engrenagens do moderno sistema capitalista se tornam um moto-contínuo propulsor de uma espécie de “objeto do desejo irrefreável”: viver para consumir enquanto existir! Diante desta lógica, o narcisismo se projeta de forma intensificada e avassaladora perante a mercantilização da vida.

Assim já definia Lasch (1983, p. 48): “[...] o narcisismo tornou-se um dos temas centrais da cultura americana”. Se considerarmos que o “american way of life” se tornou objeto de ostentação globalizante, é possível entender que, em muitos aspectos, o narcisismo

evolui para ser um dos temas centrais de cultura particularmente ocidental. Neste sentido, Christopher Lasch tem uma visão um tanto sombria, porém perspicaz, da transformação social do mundo pós-moderno:

A sociedade burguesa parece ter esgotado por toda parte seu estoque de idéias construtivas. Perdeu tanto a capacidade como a vontade de se confrontar com as dificuldades que ameaçaram subjugar-las. A crise política do capitalismo reflete uma crise geral da cultura ocidental, que se revela por um desespero difundido de compreender o curso da história moderna ou sujeitá-lo a uma direção racional. O liberalismo, a teoria política da burguesia em ascensão, há muito perdeu a capacidade de explicar os eventos no mundo da previdência estatal ou da empresa multinacional: nada ocupou seu lugar. Politicamente falido, o liberalismo também é intelectualmente falido. As ciências a que ele deu apoio, uma vez confiantes em sua capacidade de dissipar as trevas dos tempos, não mais proporcionam explicações satisfatórias para os fenômenos que pretendem elucidar. A teoria neoclássica da economia não consegue explicar a coexistência de desemprego e inflação; a sociologia recua diante da tentativa de esboçar uma teoria geral da sociedade moderna; a psicologia acadêmica recua diante do desafio de Freud, passando para a medição de trivialidades. As ciências naturais, tendo feito exageradas reivindicações para si, ora apressam-se a anunciar que a ciência não oferece curas milagrosas para os problemas sociais. Nas humanidades, a desmoralização chegou ao ponto de uma admissão geral de que o estudo humanista não tem como contribuir para uma compreensão do mundo moderno. Os filósofos não mais explicam a natureza das coisas, nem pretendem dizer-nos como viver (Lasch, 1983, p. 11-12).

Não apenas o individualismo com culto ao extremado do ego, a concentração sobre si de todos os desígnios dos outros (a visão “eu-cêntrica” do mundo) é um fenômeno em desenvolvimento desde os anos setenta, tal como sustentou Lasch (1983). Para homens e mulheres imersos na Pós-modernidade, nada existe fora das suas pessoas, do seu espírito e do seu corpo. Sendo assim, o narcisismo é um elemento intrínseco ao modo de metamorfose do capitalismo e, por sua vez, segundo Lipovetsky (2005, p. 32) instala-se um novo estágio de individualismo: “[...] o narcisismo designa o surgimento de um perfil inédito do indivíduo nas suas relações consigo mesmo e com o seu corpo, com os outros, com o mundo e com o tempo no momento em que o ‘capitalismo’ autoritário cede lugar a um capitalismo hedonista e permissivo”.

Sobre a configuração da correlação entre individualismo e narcisismo, Christopher Lasch destaca o vazio que paira sobre a ambivalência entre estes dois elementos:

O narcisismo significa uma perda da individualidade e não a autoafirmação: refere-se a um eu ameaçado com a desintegração e por um sentido de vazio interior. A vida cotidiana passou a pautar-se pelas estratégias de sobrevivência impostas aos que estão expostos à extrema adversidade. A

apatia seletiva, o descompromisso emocional frente aos outros, a renúncia ao passado e ao futuro, a determinação de viver um dia de cada vez (Lasch, 1987, p. 47).

O desinteresse para com as instituições está marcado pelo narcisismo pós-moderno. Conforme, Lipovetsky (2005), no mundo ocidental a despolitização e a dessindicalização ganham proporções não atingidas nos dois últimos séculos. A esperança revolucionária morreu. A contestação, seja estudantil, seja dos assalariados, globalmente, desapareceu. Resta, de forma tênue, a dos que dependem das estruturas do Estado. De um Estado em destruição permanente. A noção de contracultura é agora uma noção estranha, desconhecida, em completo desuso. A cultura dominante, volátil, produzida para consumo imediato, domina de forma totalitária. Restam alguns entusiasmos na condição de terem duração efêmera.

Tanto Lasch (1981), quanto Lipovetsky (2005) concordam com a perda de referência histórica, onde o passado não tem mais importância contundente para o sujeito da Pós-modernidade, apenas a noção do presente diante da incerteza ameaçadora do futuro:

Quando o futuro parece ameaçador e incerto, resta debruçar-se sobre o presente, que não paramos de proteger, arrumar e reciclar, permanecendo em uma juventude sem fim. Ao mesmo tempo em que coloca o futuro entre parênteses, o sistema procede à ‘desvalorização do passado’, em razão de sua avidez de soltar-se das tradições e das limitações arcaicas, de instituir uma sociedade sem amarras e sem opacidade; com essa indiferença pelo tempo histórico instala-se o ‘narcisismo coletivo’, sintoma social da crise generalizada das sociedades burguesas, incapazes de enfrentar o futuro de outro modo, a não ser com desespero (Lipovetsky, 2005, p. 33).

A perda da memória histórica é assim comentada por Lasch no sujeito da Pós-modernidade:

O narcisista não se interessa pelo futuro porque, em parte, tem muito pouco interesse pelo passado. [...] Em uma sociedade narcisista – uma sociedade que dá crescente proeminência e encorajamento a traços narcisistas –, a desvalorização cultural do passado reflete não só a pobreza das ideologias predominantes, as quais perderam o pulso da realidade e cederam à tentativa de dominá-la, mas a pobreza da vida interior do narcisista (Lasch, 1983, p. 15).

O temor do futuro, ou seja, um futuro imediato pode provocar sérias construções conflitivas e angustiantes: “Uma negação do passado, superficialmente progressista e otimista, mostra, a uma análise mais cuidadosa, o desespero de uma sociedade que não consegue enfrentar o futuro” (Lasch, 1983, p. 17). A ruptura com o sentido histórico no qual o sujeito se inseriria, cria um vazio e perda de senso do futuro: “Estamos rapidamente

perdendo o sentido de continuidade histórica, o senso de pertencemos a uma sucessão de gerações que se originaram no passado e que se prolongarão no futuro” (Lasch, 1983, p. 25).

A centralidade do sujeito no seu ego não elimina a promessa que muitos ideólogos da Pós-modernidade faziam, de uma suposta eliminação do totalitarismo, o qual culpa a razão por sua metástase social patológica. Há uma metamorfose neste processo que não elimina as dificuldades do sujeito em se inserir no mundo em que coexiste, na Pós-modernidade:

Estes radicais não veem que a ‘personalidade autoritária’ não mais representa o protótipo do homem econômico. O próprio homem econômico deu lugar ao homem psicológico de nossos tempos – o produto final do individualismo burguês. O novo narcisista é perseguido não pela culpa, mas pela ansiedade. Ele procura não infligir suas próprias incertezas aos outros, mas encontrar um sentido para a vida (Lasch, 1983, p. 14).

O retorno de uma ética hedonista, calcada no culto a si, ao corpo, ao consumismo irrefreável, ao imediatismo cotidiano e à celebração do efêmero, molda um novo sujeito, supostamente livre das agruras do totalitarismo político-ideológico de três quartos do século XX, mas agora inserido numa dominação mercantil e numa ética materialista do mundo.

É a revolução das necessidades e sua ética hedonista que, atomizando suavemente os indivíduos e esvaziando aos poucos as finalidades sociais de seus significados profundos, permitiu que o discurso psicanalítico se enxertasse no social e se tornasse um novo *ethos* de massa; foi o “materialismo” exacerbado das sociedades da abundância que, paradoxalmente, tornou possível a eclosão de uma cultura centrada na expansão subjetiva, não por reação ou “suplemento de alma”, mas, sim por isolamento à escolha de cada um (Lipovetsky, 2005, p. 35).

Na Pós-modernidade, as comunidades são agora desertos sociais e culturais. A República, a *res publica*, está desvitalizada, é um elemento estranho à sociedade de mercado, ao mundo dos negócios, do produz, compra e vende que domina, de forma totalitária, a sociedade ocidental. As grandes questões filosóficas, econômicas, sociais, culturais ou políticas suscitam mais ou menos o mesmo entusiasmo ou a mesma curiosidade que um *faits divers*.⁶

Desta vaga apatia, só a vida privada parece sair ainda vitoriosa. Zelar pelo direito ao consumo das suas crianças. Zelar de forma obcecada pela saúde e pela conservação do corpo. Defender a situação material. Rodar-se de objetos. Perder os complexos. Aprender a

⁶ O *faits divers* (literalmente, pode ser traduzido por “fatos diversos”) é considerado, nos meios jornalísticos, uma notícia sensacionalista (ou bem próximo deste sentido) que tem mais um propósito de entreter rapidamente o público do que, necessariamente, informá-lo com prudência e imparcialidade.

comportar-se como deve ser. Emagrecer. Vestir-se. Ver as imagens televisivas. Esperar as férias e a reforma. Viver sem ideal e sem fins transcendentais, é a vida possível.

Com a projetada falência da vida pública, no seu sentido mais emblemático e fusionada pela vida privada, o desinteresse pela política (o sujeito da *polis*) tornou cada vez mais evidente, o distanciamento do sujeito do mundo e, agora, é orientado para si.

Obcecado por si mesmo, à espreita da sua realização pessoal e do seu equilíbrio, Narciso opõe obstáculo à idéia de mobilização de massa; hoje em dia os apelos à aventura, aos riscos políticos não encontram eco; se a revolução ficou desclassificada, não é o caso de se incriminar qualquer “traição burocrática”: a revolução se apagou sob os holofotes sedutores da personificação do mundo (Lipovetsky, 2005, p. 39).

Os novos arranjos sociais, não mais embalados pelo ideário da “família burguesa”, agora, se constituem em arranjos de possibilidades para testar os limites do individualismo narcisista, ou seja, comprometer-se cada vez menos com o que não seja o próprio ego:

Na medida em que as famílias perdem não somente suas funções produtivas, mas também muitas de suas funções reprodutoras, os homens e mulheres não mais conseguem criar seus filhos sem o auxílio de especialistas garantidos. A atrofia das tradições mais antigas de autossuficiência minou a competência cotidiana, em uma área após outra, e tornou o indivíduo dependente do Estado, da corporação e de outras burocracias. [...] Sua aparente liberdade dos laços familiares (Lasch, 1983, p. 30).

As famílias dentro da Pós-modernidade se pulverizaram e atomizaram suas escolhas objetivas: ter filhos ou animais de estimação, o que alegraria mais o lar? Conforme salienta Lasch (1986, p. 170), na Pós-modernidade, “[...] a família se torna produto da ideologia igualitária do capitalismo de consumo e da intervenção terapêutica”.

A redução do sujeito em indivíduo: “Consumo, logo existo?”

Karl Marx foi o mais pertinente dos visionários da vida burguesa. Na percepção de Marx, no modo de produção capitalista, as mercadorias assumiram um caráter de fetichização do seu consumo, ou seja, os objetos se tornariam meras mercadorias. Freud (1996c), retomando o termo fetichismo em 1927, designa-o como uma perversão sexual.

Primeiramente, essa perversão é caracterizada pelo fato de uma parte do corpo ou objeto ser escolhido como substituto de uma pessoa. Em seguida, Freud define uma escolha

perversa como aquela em que o objeto amoroso (partes fracionadas ou objetais do corpo) funciona para o sujeito, como substituto de um falo.

Safatle (2010) destaca três razões que justificam a importância das elaborações de Freud a respeito do fetichismo. Primeiro, o fetichismo é uma confirmação decisiva do papel do complexo de castração (importante na justificativa da teoria freudiana da sexualidade). Segundo, para Freud, o fetichismo apresenta um modo peculiar de funcionamento da crença em que pode ser perene exatamente por dissociar-se do saber. Assim, essa dissociação entre crença e saber implicaria em profundas mutações no sentido do fetichismo. Terceiro, o fetichismo permite a Freud expor um traço maior da estrutura funcional do Eu moderno, a saber, a clivagem (*Spaltung*)⁷.

Neste rol, com a amplitude de uma sociedade de consumo de massas, torna-se necessária uma transformação daqueles que consomem, de forma a engrenar-se dentro da esfera de circulação dos bens materiais: o sujeito, dividido por princípio e fragmentado, transformar-se-ia em indivíduo não-divisível.

A sociedade do consumismo é aquela em que se encontram emersas todas as promessas que são atraentes e cativantes e, por sua vez, nunca realizadas ou saciadas pelos seus consumidores. Para tal intento, é necessária uma construção simbólica e afetiva que liga a mercadoria ao seu consumidor potencial. A reificação da mercadoria é uma característica da moderna sociedade capitalista; no hiperconsumo, existe uma compulsão neurótica que contém uma necessidade afetiva que não poderá ser descartada.

A aquisição de um aparelho de telefonia móvel, por exemplo, não serve apenas para realizar uma simples comunicação entre os indivíduos, mas algo que se torna um objeto com "vida autônoma". Uma miríade de acessórios é criada para adornar o aparelho celular, inclusive aí "vestimentas" e diversos adereços que dão "vida" ao objeto inanimado. Insistimos na questão de um amplo dimensionamento da afetividade impregnada na hipermodernidade, em que as relações entre objetos e indivíduos estão no mesmo patamar de interações possíveis, repercutindo em todas as esferas de consumo.

A vida cotidiana, numa sociedade em que o consumo desenfreado é imperativo, constituiu-se em relações objetais. O vazio intrínseco dos relacionamentos afetivos é tão profundo que o ato do casamento, antes de tudo, tornou-se muito mais um grande e lucrativo

⁷ A "clivagem do ego (ou do Eu)" não seria propriamente dita uma defesa do ego, mas uma maneira de fazer coexistirem dois processos de defesa: um voltado para a realidade (recusa), e outro para a pulsão. A pulsão poderia redundar, aliás, na formação de sintomas neuróticos (um sintoma fóbico, por exemplo). Logo, neste embate, um processo de defesa leva em conta a realidade, o outro nega a realidade em causa e coloca em seu lugar a produção do desejo. Por fim, ambas se postulam lado a lado sem se influenciarem reciprocamente (Laplanche; Pontalis, 2001, p. 65-66).

negócio para a "indústria do matrimônio". A liquidez efêmera dos laços afetivos possui a mesma dimensão imediatista para saciar o desejo, tal como a aquisição de qualquer mercadoria na prateleira de supermercado.

A "indústria cultural", termo trabalhado inicialmente por Adorno e Horkheimer (1985), constitui-se numa crítica à sociedade do consumo de massa, a qual transforma a cultura em mercadoria. Pela égide antropofágica do capital, tudo parece ter sua própria "indústria" para atender à demanda consumista: das curas milagreiras de pastores neopentecostais, ao circuito velado do sexo explícito.

Consumir, gozar e descartar

Coisas e pessoas estão no mesmo nível de possibilidades de consumo, ou seja, os laços mercantis se aprofundam na dimensão da relação íntima do consumidor com o seu objeto desejado. Adquirir um modelo mais atualizado de carro, um novo parceiro sexual ou talvez o mais novo modelo de telefone celular? O que poderá trazer maior satisfação imediata para o consumidor na angústia de ser "feliz", visando preencher o vazio suscitado pelo aparelho psíquico inerente do hiperconsumo? Transcrevendo uma das assertivas de Bauman (2007, p. 108) a respeito da permanência de um assombroso mundo esvaziado do consumismo desenfreado, temos, "[...] para que as expectativas se mantenham vivas e novas esperanças preencham o vazio deixado por aquelas já desacreditadas e descartadas, o caminho da loja à lata de lixo deve ser curto, e a passagem, rápida".

A complexidade da sociedade capitalista pós-moderna traz consigo elementos de grande fracionamento do sujeito, na eterna contradição de um sistema de autorreplacação de suas estruturas, como bem salientou Karl Marx. O sujeito, que se transforma em indivíduo dentro da esfera de consumo, é aquele que referencia o espelho narcíseo fadado a ser prisioneiro do desejo irrefreável? Desejo e satisfação são campos opostos, conforme salienta Goés (2008, p. 27): "O desejo, na psicanálise, está articulado ao impossível, logo, em seus efeitos não se encontra satisfação, mas um lançar na construção da vida. O desejo não é um meio para se conseguir alguma coisa, ele é o próprio fim. Não recuar diante dos desejos é não morrer antes da hora".

A comunicação instantânea da internet acelera cada vez mais o seu "instantaneísmo", mas o distanciamento entre os sujeitos se mantém quase intacto. Conforme sugere Bolla (2015, p. 53): "O diálogo criptografado mantém as pessoas em contato umas com as outras, mas não as mantém próximas. Pouco sobre o *self* é revelado; pouco do outro está envolvido.

Em vez de comunicação profunda, o que temos são espetáculos provenientes das porções superficiais da mente”.

Por sua gênese de produção e reprodução incessante, o modo capitalista é da ordem do desejo irrefreável. Um retrato pertinente são as campanhas publicitárias do totem de consumo das sociedades ocidentalizadas: o automóvel. Nas peças publicitárias, a ideia impregnada não é "vender" meramente uma mercadoria, mas construir a simbologia do objeto, ou seja, uma verdadeira "adoração" pela mercadoria, por meio da hipertrofia de um fetichismo erotizado e sedutor.

Mulheres belas e "fatais", velocidade, classe, estilo e paisagens surreais mapeiam o cenário idílico e viril da propaganda televisiva: “será que você é digno de possuir tal mercadoria?”, diz implícito (ou explicitamente) o mote da propaganda. Neste campo de patente reificação, não é o consumidor quem escolhe a mercadoria, mas é justamente o contrário: a mercadoria "escolhe" seu potencial consumidor e em troca há a "conquista" da satisfação plena e gozo total⁸.

Necessidades coletivas, ações atomizadas

A política, sucumbida pela via do mercado e a liderança da autoridade, é apenas uma *commodity* desta liberdade de suposta emancipação, conduzindo a uma desterritorização do espaço público. A democracia liberal se estabelece meramente por via de processos eleitorais e tampouco se trata de uma democracia de acesso aos meios de produção.

A mobilidade social é mais uma ilusão que se acrescenta no ideário do liberalismo da democracia política. Assim como a proliferação dos *shopping-centers*, os espaços privados de consumo substituem os espaços públicos livres da opressão consumista. A autonomia é arregimentada pelas "forças do mercado" e moldada pela tirania das marcas, esvaziando-se os sentidos e significados do coletivo, em prol da saciedade nunca satisfeita do indivíduo.

O "espaço político" é um entreposto possível entre a política desejada e os interesses de fomentadores financeiros das campanhas eleitorais, patrocinado por grandes corporações econômicas e fortes grupos de interesse. Uma campanha política "vitoriosa" se tornou, em sua essência, um show midiático, com as mesmas concepções que vendem um novo lançamento automotivo da corporação automobilística, ou uma caixa de sabão em pó "de

⁸ A análise do automóvel, como um dos principais elementos de reificação na sociedade consumista, merece uma atenção pormenorizada à parte, pelas dimensões psicanalíticas que envolvem seu estudo e que escapa ao objetivo do presente trabalho.

marca". Aqui, é pertinente salientar, que a ideologia política na seara pós-moderna sucumbe à intoxicação expositiva do marketing político. Logo, candidatos à direita ou à esquerda do espectro político, usam e abusam das estratégias mercantis de propaganda e seus “gurus marqueteiros” em busca da vitória a qualquer custo, mesmo que sacrifique a história política de partidos ou vidas pessoais.

Carros, políticos e sabonetes estão disponíveis no mercado para o usufruto do seu consumidor, com quase todas as premissas derivadas de uma boa campanha de marketing. Poderia a política coibir as práticas coercitivas do consumo midiático, uma vez que seus atores políticos são financiados pelas grandes corporações? Qual “sabonete-político” ficaria o melhor na prateleira eleitoral? Neste aspecto, temos que:

[...] quando homens e mulheres exigem alterações fundamentais no sistema político, estão realmente projetando ansiedades pessoais na política. [...] o liberalismo define-se como o limite mais externo da racionalidade política e repele todas as tentativas de ir além do liberalismo, inclusive toda a tradição revolucionária, como a política do narcisismo (Lasch, 183, p. 52).

Dentro do rol programático entre partidos da direita e da esquerda, com todo seu amplo espectro de coloração política, a ideia de espaço público se transforma numa alegoria em desuso. A privatização da política destina-se a entregar ações coletivas nas mãos dos indivíduos em decisões atomizadas. Na diluição ideológica dos partidos políticos frente à banalização da política, cabe a agremiações privadas, tais como as organizações da sociedade civil (OSCs) trabalharem com a "coisa pública".⁹

Neste aspecto, cada vez mais, a administração da “coisa pública”, em particular, as atividades de cunho social (educação, saúde e serviços públicos de caráter assistencial), é transferida do Estado para instituições privadas gerenciarem de acordo com seus mecanismos de controle e sendo tuteladas pelo poder estatal. Segue a premissa ideológica do neoliberalismo e sua constituição do “Estado mínimo” de administração pública.

Seguindo a lógica de privatização do espaço público, a ideia vaticinada pelos pedágios em estradas e vias de acesso, é uma clara demonstração que somente é possível construir

⁹ No Brasil, há a figura jurídica das “organizações da sociedade civil” (OSCs) que são entidades de direito privado e fins públicos, amparadas no “Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil”, sob a Lei Federal nº 13.019, de 31 de julho de 2014 (Brasil, 2014), que foi posteriormente alterada pela Lei Federal Nº 13.204, de 14 de dezembro de 2015. De acordo com o Decreto-Lei nº 13.204/2015 de 14 de dezembro, uma OSC se caracteriza por ser uma “[...] entidade privada sem fins lucrativos que não distribua entre os seus sócios ou associados, conselheiros, diretores, empregados, doadores ou terceiros, eventuais resultados, sobras, excedentes operacionais, brutos ou líquidos, dividendos, isenções de qualquer natureza, participações ou parcelas do seu patrimônio, auferidos mediante o exercício de suas atividades, e que o aplique integralmente na consecução do respectivo objeto social, de forma imediata ou por meio da constituição de fundo patrimonial ou fundo de reserva” (Brasil, 2015).

uma sociedade com ações atomizadas. Logo, portanto, resta ao cidadão-consumidor arregaçar as mangas e resolver por si mesmo todas as ações que deveriam ser necessariamente construídas coletivamente.

Na sociedade dos indivíduos, a única política possível é aquela que satisfaz as urgentes necessidades de consumo individualizado e narcíseo. Eis a base tão alardeada do engajamento por “empreendedorismo” e “empoderamento” dos sujeitos, ou seja, o marketing do individualismo que salta como um coelho branco das cartolas dos marqueteiros de políticas neoliberais. Assim ressalta Michel Maffesoli (2004, p. 45): “É importante levar a sério o descaso para com os diversos ativismos que marcaram a modernidade (política, produtiva): aquilo que não depende de nós torna-se indiferente”. Portanto, a formação social de um coletivo que se torna um oceano de sujeitos atomizados e individualizados.

Das inconveniências da cidadania à cultura narcísea da sociedade dos indivíduos

Um lançamento local de uma mercadoria será um evento mundial se sua produção estiver conectada a alguma empresa capaz de transacionar seus interesses globalmente. Nessa esfera de “satisfação”, todas as mercadorias prometem a satisfação plena, sedutora e imediata do seu consumidor. Estampada em capas de revistas ou na televisão, as “tecnologias da saúde” estão acessíveis ao mercado consumidor, com suas fórmulas que prometem, aos seus usuários, todos os sortilégios inerentes à felicidade, perfazendo desde as promessas da hercúlea virilidade movida a Viagra, à amenização do desprazer na composição do Prozac e similares.

Por sua vez, a indústria farmacêutica desprende percentual significativo do total de seus investimentos no uso sistemático da máquina de construção de marketing de seus produtos para o mercado. Os medicamentos deixam de ser condicionantes para a recuperação e profilaxia de moléstias e enfermidades, para se tornarem também alvo de objetos de consumo sem prescrição médica¹⁰.

Quem não consome ou não tem condições de consumir se tornaria um pária deste sistema¹¹. O capitalismo supera os demais sistemas ideológico-socioeconômicos, quando

¹⁰ Não é de causar estranheza que a maioria das farmácias disponíveis numa cidade como São Paulo são verdadeiros *shopping-centers*, nas quais é possível encontrar uma miríade de produtos, inclusive medicamentos!

¹¹ O capitalismo globalizado é movido à disponibilidade de crédito no oceano da volatilidade especulativa financeira. Praticamente, é possível dizer que toda crise, dentro do capitalismo, é movida à superacumulação, superprodução, colapso de liquidez, recaindo na pulverização da “confiança” dos mercados. A primeira grande crise do capitalismo estadunidenses do século XXI (a quebra de Wall Street, em 2008) teve, como prenúncio, a

mantêm, em suas bases fundamentais, premissas que nenhum outro sistema promete ou consegue sustentar: a idealização da possibilidade de satisfação material e sensorial dimensionada na saciedade do “gozo total”. Trata-se da “Terra Prometida”, individualista, na promessa capitalista de cunho religioso, na qual haveria a concretude da fusão do desejo objetual e a satisfação plena do sujeito!¹² O consumidor nunca está satisfeito com o gozo parcial e possível, e logo deseja atingir sempre a maximização de sua satisfação e, assim, alcançar o que ele acredita ser a “felicidade” tão ansiada. Segundo a análise de Maffesoli (2004, p. 29), “[...] o gozo não mais é remetido a hipotéticos e 'róseos amanhã', e sim vivido, seja lá como for, no presente”.

As relações objetivas¹³ são constituídas na esfera da mercadoria e adquirem alguma consistência afetiva, na medida em que é possível encontrar os mecanismos sensoriais do gozo total na psicopatologia da sociedade de consumismo. Num sistema onde o culto à aparência contribui na mediação entre seus indivíduos, a segurança é vital para diminuir a insegura angústia e fragilidade do indivíduo. “Estar à frente da tendência de estilo”, como ressalta Bauman (2008), significa uma tentativa de encontrar a si mesmo (ou seja, o indivíduo-consumidor), num mundo no qual suas relações materiais e imateriais são mercantis, líquidas, efêmeras e passageiras.

No apogeu da condição pós-moderna dominada pelo capitalismo de consumo de massas, considerada por alguns autores como uma “hipermodernidade” (Lipovetsky, 2007), o corpo se torna mais um elemento a ser consumido dentro do rol de elementos quase impossíveis de serem contabilizados na esteira incessante da produção de mercadorias. A cultura do “corpo perfeito” é o objeto de desejo, ostentação e autoidentidade ansiado a qualquer custo dentro e fora das academias de modelagem estética. Contidos nas estruturas

falência creditícia do setor imobiliário. Quando as artérias da bolha de consumo via crédito muito facilitado, encontraram-se interrompidas, colocam em risco os próprios alicerces do sistema capitalista. Não consumir significa estagnar o estoque de produção e, assim, causar um desequilíbrio no instável castelo de cartas, no qual se apoiam todos os atores e “players” globais do modelo. Diante do colapso econômico estadunidense e com a retomada do “keynesianismo civil”, as reservas do tesouro dos Estados Unidos são utilizadas para injetar, no setor privado, uma estimativa de 6 trilhões de dólares. Deste montante, uma parte é para salvar da falência empresas que quebraram no cassino financeiro global (ou seja, a socialização das perdas privadas movida a dinheiro público do contribuinte - eis o capitalismo sem riscos!), e o restante é para reaquecer o mercado de crédito e recuperar a “confiança” dentro do mercado de consumo estadunidense.

¹² É como se fosse a promessa de uma “mãe-capitalista”, suficientemente boa, que fará de tudo para não frustrar o “bebê-consumidor”. Todavia, para frustrar os entusiastas da “hiper-mãe”, da satisfação de todas as fantasias do imaginário, como indica Melanie Klein, não existe tal mãe idealizada. Logo, dentro da promessa do consumo imediato, há a frustração, pois haveria sempre um outro objeto idealizado para ser reverenciado e, assim, não parar as engrenagens replicadoras do sistema capitalista de produção de objetos, idealizador da satisfação e divulgador do desejo.

¹³ No esforço de aproximação da Psicanálise para o presente estudo, compreendemos que não se concebe o objeto separado da qualidade do relacionamento com o sujeito.

psicopatológicas desse processo, estão dois fenômenos distintos na forma, mas unívocos em sua dimensão, referentes aos estilos de vida do hiperconsumo: a obesidade e a anorexia.

Sedentarismo, compulsão alimentar, vaidade, angústia e vergonha são elementos intrínsecos de um modelo de vida no qual a forma sobrepõe o conteúdo. No caso da obesidade, típico das sociedades modernas de consumo, são os excessos alimentares aliados ao sedentarismo que dão vazão à insegurança e angústia do vazio. No caso da anorexia (também conhecida como "anorexia nervosa"), esta ocorre mais comumente em mulheres jovens e, em linhas gerais, como descreve Anthony Giddens (2002), "[...] pode ser entendida como uma patologia do autocontrole reflexivo, operando em torno de um eixo de autoidentidade e aparência corporal, em que a vergonha desempenha papel preponderante".

Considerações finais

Na sociedade do consumismo, o indivíduo existe na medida em que consome para além de suas necessidades, fazendo parte da cadeia de replicação do eixo produção-consumo-insaciedade. Todavia, a possibilidade de chegar a mecanismos de satisfação pessoal nunca se concretiza, e os indivíduos convertem um possível advento da felicidade, em ansiedade e angústia. Não é à toa que o velho espelho de Narciso continua sendo o melhor e mais explorado mecanismo das propagandas de publicidade de uma miríade de mercadorias.

As construções ideológicas da hipermodernidade, isto é, se utilizarmos as premissas de Lipovetsky (2007), trazem consequências deletérias para a constituição da sociedade e permitem o aprofundamento das distorções socioeconômicas que gera e amplifica a barbárie. Assim, apesar de evidentes transformações da sociedade pós-moderna, é necessário um olhar esperançoso lançado por Bolla (2005, p. 63): “[...] as gerações do século XXI herdaram um mundo mentalmente comprometido, muito embora sempre reste alguma esperança na notável resiliência inerente ao ser humano”.

A erosão da identidade, dentro da sociedade do consumismo, permite que o indivíduo somente passe a sobreviver no limite, imerso num mundo em que a liquidez de valores e a transformação do próprio corpo constituem-se em elementos atávicos da construção de sua autoidentidade. Desta maneira, o "corpo perfeito" é ditado pelo consumo, ou o que os "outros" (ou seja, as "as concepções estéticas do mercado") ditarem como "modelos padronizados" a serem cultuados e mimetizados. Para trilhar estes caminhos, são importantes as pesquisas de Maffesoli (2004) a respeito do estudo das "tribos" e do processo de construção da identidade da sociedade dos indivíduos inseridos no hiperconsumo.

Ainda é fecundo analisar que tais indivíduos anseiam se desvencilhar da "multidão", na medida em que se inserem em "tribos" que coadunam com seus ideais de consumo e estilo de vida (processo que pode ser identificado pela "individualização" em detrimento do coletivo). Para isto, procuram até mesmo mutilar seus próprios corpos, mais bem caracterizados pela ostentação de adornos de metal e similares, os chamados "piercings", além da dispersão de tatuagens, as quais marcam o corpo de forma a chamar atenção para si, sob os holofotes da paixão idealizada pelo formato corpóreo.

Conseqüentemente, seria possível encontrar sintomas de um narcisismo do sujeito adulto que pulsa tão forte, tal qual ao do bebê que se apaixona por si, ao ser capturado pela projeção do espelho. Não é à toa que, dentro das academias de cultura corporal, o espelho, sempre espalhado por quase todo ambiente, ao som de uma música altamente rompedora de qualquer mecanismo de reflexão por parte do sujeito (logo, supostamente "motivadora" para a "malhação"), é o lugar de obrigatória procissão e fixação dos olhares encantados, ou desejosos de idealização, dos seus frequentadores do espaço.

Neste quesito, nada melhor do que o velho e visionário Karl Marx que, brilhantemente arquitetou a lógica da mercadoria em seu triunfante "O Capital", desvende a riqueza das sociedades modernas: "[...] onde reina o modo de produção capitalista aparece como uma 'enorme coleção de mercadorias', e a mercadoria individual, por sua vez, aparece como sua forma elementar. Nossa investigação começa, por isso, com a análise da mercadoria" (Marx, 2013, p. 113). Na Pós-modernidade, o desejo se funde no objeto e, por sua vez, o objeto é o semblante impregnado na mercadoria, a "cellula mater" do sistema capitalista.

Contudo, a estrutura do modo de operação capitalista promove e propaga um narcisismo tão corrosivo quanto perverso, cujos alicerces econômicos ultrapassam suas fronteiras permeando a cultura na Pós-modernidade. O consumismo molda este padrão cultural e tudo nele é tragado como uma espécie de "buraco negro" da ideologia neoliberal: tudo se transforma em produto de consumo e todas as relações sociais, na sua amplitude máxima, passam a ser derivadas deste consumismo.

Escapar desta lógica tão determinista ainda é o grande desafio que, há séculos, os opositores do capital tentam arquitetar de forma tão destemida quanto desorganizada. Embora o século XX tenha apontado algumas alternativas, entretanto, nenhuma delas foi suficientemente eficaz como alternativa de sistema econômico e, por sua vez, que possibilite um horizonte que não seja submissão incontornável às agruras do capital. E, por fim, o futuro

segue em aberto e, por sua vez, tão imprevisível quanto inseguro, com a mesma consistência da liquidez pós-moderna.

Referências bibliográficas

ADORNO, Theodor; Horkheimer, Max. *A dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

ANDERSON, Perry. *As origens da Pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

BAUMAN, Zygmunt. *Vida líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação de pessoas em mercadorias*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BOLLAS, Christopher. Psicanálise na Era da Desorientação: do retorno do oprimido. *Revista Brasileira de Psicanálise*, v. 49, n. 1, p. 47-66, 2015.

BRASIL. Decreto-lei no. 13.019/2014 de 31 de julho. *Diário Oficial da União*, No. 146/2014. Secretaria-Geral: Sub-chefia de assuntos jurídicos. Brasília. Disponível em: <https://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=1&data=01/08/2014>. Acesso em: 27 jul. 2022.

BRASIL. Decreto-lei no. 13.204/2015 de 14 de dezembro. *Diário Oficial da União*, No. 239/2015. Secretaria-Geral: Sub-chefia de assuntos jurídicos. Brasília. Disponível em: <https://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=15/12/2015&jornal=1&pagina=2&totalArquivos=256>. Acesso em: 27 jul. 2022.

DUVIDOVICH, Ernesto. *Narcisismo: uma patologia do nosso tempo*. São Paulo: Centro de Estudos Psicanalíticos, 1990. (publicação interna).

FREUD, Sigmund. O caso Schreber. In: *Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud*. Rio de Janeiro: Imago [orig. 1911], 1996a. v. 7.

FREUD, Sigmund. Sobre o narcisismo: uma introdução. In: *Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud*. Rio de Janeiro: Imago [orig. 1914], 1996b. v. 14.

FREUD, Sigmund. O fetichismo. In: *Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud*. Rio de Janeiro: Imago [orig. 1927], 1996c. v. 21.

GIDDENS, Anthony. *Modernidade e Identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

GOÉS, Clara de. *Psicanálise e capitalismo*. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

HICKS, Stephen. *Explicando o Pós-modernismo*. São Paulo: Callis, 2011.

LAPLANCHE, Jean; PONTALIS, Jean-Bertrand. *Vocabulário da Psicanálise*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

LASCH, Christopher. *A cultura do narcisismo: a vida americana numa era de esperanças em declínio*. Rio de Janeiro: Imago, 1983.

LASCH, Christopher. *O mínimo eu: sobrevivência psíquica em tempos difíceis*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, [199-].

MAFFESOLI, Michel. *Notas sobre a Pós-modernidade: o lugar faz o elo*. Rio de Janeiro: Atlântica, 2004.

MARX, Karl. O capital: crítica da economia política. *In: Livro I: o processo de produção do capital*. São Paulo: Boitempo, 2013. [orig. 1867].

MEZAN, Renato. O Inconsciente Segundo Karl Abraham. *Psicologia USP*, São Paulo, v. 10, n. 1, p. 55-95, 1999.

SAFATLE, Vladimir. *Fetichismo: colonizar o outro*. Rio de Janeiro, RJ: Civilização Brasileira, 2010.

ZIMERMAN, David. *Fundamentos psicanalíticos*. Porto Alegre: Artmed, 1999.