

Sobre uma *moda* sociológica: reflexividade, intimidade e mercadoria.

Augusto Oliveira

Introdução

Desde os anos 90, nota-se uma grande rearticulação dos temas considerados sociológicos pelo *mainstream* acadêmico. Antes de tudo, gostaria de lembrar o fato óbvio de que cada manobra temática nunca é apenas uma simples decisão *científica*, o sociólogo está agindo também politicamente quando escolhe um tema na medida em que, por conta da prática acadêmica, o seu objeto de estudo ganha determinada projeção social (o mesmo valendo para aquilo que o sociólogo *não* estuda). Analiso aqui o recente impulso existente em relação ao tema da “intimidade” tendo a assim chamada “Escola da Reflexividade”¹ como foco desta produção.

Reflexividade e intimidade

O ponto de partida desta teoria é a definição do “momento atual” como *modernidade tardia*. Desdobramento da modernidade, a modernidade tardia recebe uma definição um tanto flutuante de seus teóricos: ele ora aparece como desdobramento de uma série de instituições modernas (Estado, mercado...) e ora aparece como resultado de uma “visão de mundo” portada pelos agentes sociais (os indivíduos²). Neste último sentido, Giddens a define como sinônimo de sociedade na qual a *reflexividade* é introduzida na base de reprodução do sistema social³.

“A mudança básica que afeta as sociedades contemporâneas é a expansão da reflexividade social. Em uma sociedade destradicionalizada, os indivíduos devem se acostumar a *filtrar* todos os tipos de informação relevantes para as situações de suas vidas e atuar rotineiramente com base nesse processo de filtragem”⁴

Para precisar melhor o conceito de reflexividade, recorro a definição de um outro marco da “modernidade tardia”. Para Giddens, até a vigência da bipolaridade mundial existente entre capitalismo e socialismo realmente existentes, a reflexão política era orientada por relação aos credos políticos estabelecidos (as grandes *utopias* que

¹ Assim como é chamada por vários de seus admiradores. Ver AVRITZER/DOMINGUES (2000) *Teoria Social e Modernidade no Brasil* Ed. UFMG.

² Tal teoria trabalha dentro do marco de uma sociologia *burguesa* tradicional: existem grupos sociais, estratos profissionais equivalentes entre si mas, substancialmente, a sociedade é formada de indivíduos.

³ GIDDENS (1991) *As Conseqüências da Modernidade* Ed Unesp. Página 45

⁴ GIDDENS (1996) *Para Além da Esquerda e da Direita* Ed Unesp. Página 15

conformariam a prática política da mesma forma que as tradições sociais orientam as práticas cotidianas). A partir de um suposto invalidamento histórico desta polaridade, as pessoas seriam obrigadas a pensar as questões políticas de modo pós-tradicional: posto que as pessoas são *inteligentes*⁵, elas estariam interessadas em problematizar os assuntos do cotidiano a partir de uma experiência própria. As questões que são pertinentes para estas pessoas, diferente do passado em que as idéias políticas se referiam a grandes modelos de sociedade, são as questões referentes aos “valores de vida” como a identidade cultural, sexual, a etnicidade, a escolha de um tipo ou outro de relacionamento familiar, enfim, questões referentes ao problema da felicidade. Para Giddens, já não se trata mais de (pensar em) modificar a estrutura social que divide os recursos materiais posto que “segurança, amor-próprio, auto-realização” são bens escassos para ricos e pobres”⁶ e resolver tais questões do bem-estar pessoal deveria uni-los num debate e não separá-los. Estaria em ascensão o ideário de uma “política de vida”.

“A política de vida é uma política não de *oportunidades de vida*, mas de *estilo de vida*. Ela está relacionada a disputas e contendas sobre a maneira pela qual nós (enquanto indivíduos e enquanto humanidade coletiva) deveríamos viver em um mundo onde aquilo que costumava ser fixado pela natureza ou pela tradição está atualmente sujeito a *decisões humanas*.”⁷

Ora, se todos estamos em busca dos mesmos recursos escassos, o ideário da “política de vida” teria algum dissidente? Sim. Giddens diz que os dissidentes da sociedade destradicionalizada são os que se recusam a aceitar que escolhem autonomamente suas práticas e agem “como se não tivessem escolha” ao praticá-las. Em uma palavra, os inimigos da sociedade destradicionalizada seriam os *compulsivos*. Ele cita como exemplo desta condição os fundamentalistas, os comedores compulsivos, e ainda os trabalhadores compulsivos, enfim, viciados em geral⁸. “Pode-se dizer que, em uma sociedade destradicionalizada, o principal inimigo da felicidade é a postura compulsiva”. Um vício seria resultado da força impulsora emocional ou motivacional que não é controlada pelo

⁵ P. 15

⁶ P. 220.

⁷ P. 23.

⁸ Seria esta uma espécie de nova eugenia psico-social?

indivíduo⁹. Sendo assim, na fábula desta modernidade tardia, qualquer demanda do indivíduo (só) pode ser atendida mediante auto-esclarecimento e debate com os demais.

Vamos assim de um extremo ao outro da Escola da Reflexividade, ou seja, do que seria um diagnóstico sobre o novo espectro ideológico decorrente de macro-processos sociais até a maneira como ele se ligaria a reconfiguração da *psique* individual. É neste último extremo que encontramos o tema da intimidade. A sociedade pós-tradicional para Giddens seria lugar dos “relacionamentos puros”: preocupado com a própria felicidade e ciente de que só ele mesmo pode definir os parâmetros do que se precisa fazer para conseguir a meta, o indivíduo abandona estereótipo que informam como se portar em relacionamentos íntimos. A pureza deste tipo de relação vem exatamente do fato dela estar livre de predeterminações arquetípicas. No “relacionamento puro” as pessoas se pensam como absolutamente equivalentes: têm as mesmas obrigações, forças e fraquezas e não se valem de argumentos exclusivistas para o diálogo (do tipo: *Cale a boca porque sou seu pai* ou *Eu posso trair minha esposa porque sou homem*).

Apesar deste artigo ser exatamente uma tentativa de análise desta novidade temática, irei propor-lhes uma aproximação bastante lateral da teoria de Giddens. A apresentação da minha estratégia de análise demanda a leitura do trecho abaixo no qual o autor anuncia a origem de parte do seu material de análise sobre as transformações da intimidade:

“Em tal discussão, muito freqüentemente farei uso das obras terapêuticas e de manuais de auto ajuda... Muitos são também emancipatórios: apontam para mudanças que poderiam libertar os indivíduos de influências que bloqueiam o seu desenvolvimento autônomo. São textos de nossa época em certo sentido comparáveis aos manuais medievais de conduta analisados por Norbert Elias...”¹⁰.

Admitindo que, de fato, o livro de auto-ajuda tem muito a dizer sobre o indivíduo do tempo em que vivemos, proponho um olhar diferenciado daquele que Giddens dirige ao objeto. No trecho acima, em que o autor compara os atuais manuais de auto-ajuda aos manuais de conduta medievais, há um obscurecimento importante: se uma análise de conteúdo poderia confirmar esta hipótese, a forma do livro de auto ajuda não deixa dúvida de que, diferente do seu congênere medieval, ele é uma mercadoria e como tal, um objeto

⁹GIDDENS (1992) *As Transformações da Intimidade* Ed Unesp. Página 87.

¹⁰ pp.74/75.

que especula com o desejo do sujeito a fim de impor-lhe um “vazio” que só pode ser preenchido mediante seu consumo dentro da forma aquisitiva.

Crítica marxista do livro de auto-ajuda (a forma-mercadoria)

É preciso lembrar a natureza concreta do livro de auto ajuda: trata-se de um produto editorial. Lembremos ainda que o ramo editorial nada mais é que um braço da indústria de serviços. O estudo de Mandel sobre o “capitalismo tardio”, analisa a expansão do setor de serviços como a situação na qual, por razões da própria lógica de acumulação (as grandes corporações verticalizadas buscando recuperação das rendas médias do capital num cenário estagnado), temos o surgimento de novas atividades mercantis englobando as atividades complementares da produção, circulação e consumo de mercadoria. Os serviços são uma espécie peculiar de “mercadorias”: elas têm a capacidade de constituir imediatamente o *modo de vida* de trabalhadores e consumidores. Com a expansão dos serviços, operou-se uma “reabsorção das necessidades culturais do proletariado pelo processo capitalista de produção e circulação de mercadorias”¹¹.

O melhor exemplo disso é aquela cena na qual o empregado de uma determinada empresa, para agüentar a intensidade de atividades que lhe são exigidas, usa certo tipo de medicamento estimulante - uma pílula qualquer que, por sua vez, também é alvo da mercantilização capitalista – para conseguir *ir em frente*. Poderíamos falar ainda de como a indústria de eletrodomésticos reconstrói o cotidiano do lar e de como a expansão das atividades comerciais faz surgir o mais poderoso instrumento de reconstrução do modo de vida segundo as necessidades mercantis: a publicidade. Parece evidente que esta nova esfera mercantil age em pelo menos duas frentes “funcionais” (do ponto de vista do capital).

1) Constitui novo mercado de grande poder de expansão, mercado este cuja constituição pode ser operada “doutrinariamente” com mais facilidade que as demais formas de consumo. Quando uma calça só serve para vestir, ela será consumida na estreita medida em que realiza este fim; quando uma calça, trabalhada conceitualmente pela publicidade, serve para adquirir-se um determinado *status*, ela pode ser consumida de várias maneiras, sendo uma delas, o consumo ostentatório de várias calças simultaneamente

¹¹ MANDEL (1982) *Capitalismo Tardio* Ed. Abril. Página 272.

que, ao ficarem esperando no armário para serem usadas, “vendem” a idéia de riqueza, escolha e distinção.

2) O sujeito que consome estas mercadorias leva, *por brinde*, um ensinamento sobre como se comportar socialmente: sempre que precisar de algo, deve recorrer ao mundo das mercadorias para se satisfazer. Neste sentido, deve-se entender o “capitalismo tardio” como lugar onde as estratégias comerciais visando constituir mercados consumidores são, a princípio, amplas e difusas. A “propaganda” de cada mercadoria reitera e reforça a propaganda das demais, na medida em que, o maior poder que a propaganda tem não é a simples venda de uma mercadoria isolada mas a consolidação da “forma mercadoria” como horizonte da sociabilidade e como a (única) forma de “bem estar” socialmente relevante.

Crítica marxista do livro de auto-ajuda (o conteúdo doutrinário)

Uma análise muito geral sobre o livro de auto ajuda nos diria que a mensagem do livro de auto-ajuda é: 1) o vínculo (aquisitivo e duplamente passivo¹²) entre o sujeito e o livro produz no primeiro a possibilidade de, pelo auto exame e auto reflexão, dar fim às situações vividas por ele de maneira conflitiva, 2) o fim deste conflito é sugerido como positivo na medida em que é identificado com um “retorno” prático (*estar de bem consigo mesmo serve para ser mais feliz, ser mais tranqüilo, ser mais bem sucedido*).

Para tornar este ponto mais claro, recorro a uma distinção esquemática entre *utopias políticas* e *utopias psicológicas*. Quando, por exemplo, um sindicalista ressalta as vantagens de uma república sindicalista ideal e se mete numa luta pelo poder para alcançá-la, está se valendo de uma *utopia política* para orientar uma ação empírica. Sua utopia localiza o ponto nevrálgico do qual depende a redenção ou não da realidade nos fenômenos sociais e políticos. Já quando um líder religioso diz: “*o fato de você detestar a sua vida pode mudar para se você olhar para ela de maneira diferente*”, trata-se de uma *utopia psicológica*. Isso não significa que as utopias políticas não sejam destinadas a causar impacto subjetivo nos seus ouvintes; a diferença está na fixação do horizonte utópico. Nas utopias psicológicas não são as mudanças sociais que são apontadas como caminho da

¹² Do ponto de vista do sujeito, ele se torna passivo diante de uma mensagem obtusa: *seja feliz, tenha um bom casamento, tenha amigos*. Do ponto de vista do livro, o paciente não tem qualquer compromisso com o livro. Trocando em miúdos, esta é na melhor nas situações uma relação *técnica* entre sujeito e objeto e jamais uma relação *clínica*.

redenção, mas as mudanças de cunho única e exclusivamente “subjetivo”. A “ação” proposta pelo religioso deve ocorrer no “circuito interno” da subjetividade: *tente ser mais positivo, tente ver o que existe de bom nas coisas ruins. Você certamente tem muito a aprender com o fato de ter ficado desempregado*. A proposta que Giddens faz aos compulsivos é exatamente a mesma: *basta uma auto-induzida mudança de perspectiva que vocês verão onde estão errando* (proposta na qual ele obviamente imputa a responsabilidade pela compulsão ao próprio compulsivo).

Quando se faz crer que o conforto psicológico é uma conquista a ser perseguida pelo “sujeito avariado”, se isola o elemento de “mal-estar” intrínseco à sociedade capitalista de tal forma a que se veja nele uma debilidade individual a ser resolvida subjetivamente. “Sujeito avariado” e “mal-estar” nada mais são que conceitos resultantes da conclusão sobre como o capitalismo promove uma reconstrução do cotidiano onde *aquilo que se impõe* é geralmente estranho à maioria das pessoas¹³. *Por quê de repente não tenho o direito de estar nesta terra que foi de meus antepassados? Por quê trabalho tanto quanto antes e ganho menos por isso? Por quê tanto avanço tecnológico e as pessoas ainda morrem de fome?* Diante disto, o retorno à subjetividade não é mais que uma fuga.

“o culto da subjetividade humana não é a negação da sociedade burguesa e, sim, sua substância. A veneração da subjetividade e das relações humanas representa um progresso no culto fetichista... abstraídas de todo o social, elas [as reações e emoções humanas] dão a impressão de serem respostas individualizadas de homens e mulheres livres a situações particulares. Receitar mais subjetividade para auxiliar o sujeito avariado corresponde a receitar a doença como cura.”¹⁴

Tal diretriz foi há muito captada pela linguagem publicitária que, se analisarmos bem, também é uma utopia psicológica: *sinta-se bem com a sua Levi's e deixe de reclamar da vida! Seja você mesmo usando Guess!*. No entanto, o livro de auto ajuda, além de si próprio e de seus congêneres, manda consumir algo bem mais sutil: uma imagem de um eu ideal. Aliás, devemos notar que a incorporação da utopia psicológica geralmente impele a uma espécie de *trabalho sobre o eu* na busca deste eu ideal:

“O acabamento do ser humano torna-se uma tarefa infinita, na qual nunca se terá acabado de investir... As novas terapias testemunham, assim, o fato de que é possível instrumentalizar a subjetividade e a intersubjetividade por intervenções exteriores.

¹³ Trabalho aqui no profícuo diálogo entre marxismo e psicanálise.

¹⁴ JACOBY (1977) *Amnésia Social* Ed Zahar Página 120/121.

Elas promovem uma visão do homem pela qual se concebe ele mesmo como um possuidor de uma espécie de capital (seu ‘potencial’) que gere para dele extrair uma mais-valia de gozo e de capacidades relacionais ... É preciso, literalmente, investir e trabalhar, fazer frutificar seu potencial humano... Essas abordagens podem efetivamente se dizer humanistas, pelo menos neste sentido de que a totalidade do homem que é levada em conta, não fosse para ser instrumentalizada.”¹⁵

As técnicas psicológicas (lugar de produção do indivíduo reflexivo e instrumento de elaboração dos relacionamentos puros para Giddens) representam, aqui, um papel homólogo ao da cirurgia estética, cuja finalidade é menos reparar os corpos do que lhes proporcionar uma “mais-valia de harmonia e beleza”¹⁶. Este *trabalho sobre o eu* é uma tarefa auto imposta pelo sujeito exatamente na medida em que ele está imerso também num *consumo do eu*. Ele vai agregando à sua subjetividade emblemas colhidos no mundo das mercadorias (palestras, livros, sessões terapêuticas...) que corresponderiam ao que ele imagina ter “perdido” no cotidiano (autenticidade, relações sinceras e os seus “reais” valores) consumindo a imagem de eu ideal, um “eu reparado”. Aliás, o resultado final destas terapias, o “eu reparado”, é também ele uma promessa de valor de uso: *ele fará mais amigos, trabalhará melhor e ganhará mais dinheiro, estará mais antenado com o que se diz...* “Encontrar consigo mesmo” passa a ser algo que ocorre como se fosse a aquisição de uma mercadoria (eu escolho a mercadoria, pago seu preço e tenho o direito de goza-la sem maiores complicações), além de se fazer literalmente por meio de mercadorias como terapias, livros e outros produtos

Análise do percurso terapêutico da auto ajuda.

Seguindo ainda a pista de Giddens, estudo aqui um recurso terapêutico que tanto tem a ver com a terapia de auto ajuda¹⁷ como é exemplo exato do que Giddens chama de “relacionamentos puros”: o grupo de encontro. Integrante de um grande pacote terapêutico surgido nos EUA entre os anos 50 e 60 o grupo de encontro (no qual se desenvolve a chamada “dinâmica de grupo”) foi tornado célebre pelo psicólogo estadunidense Carl Rogers. Rogers acreditava, de maneira semelhante a Giddens que havia uma “revolução

¹⁵ CASTEL (1987) *A Gestão dos Riscos* Ed. Francisco Alves. Página 145/146.

¹⁶ CASTEL p. 159

¹⁷ No sentido de ser um recurso imediato e usado como técnica instrumental pelo sujeito.

silenciosa”¹⁸ em curso que resultava, entre outras coisas, de uma insatisfação das pessoas com as máscaras sociais (com os arquétipos) e uma abertura destas pessoas para relacionamentos livres destas pré-determinações nos quais tudo seria escolhido e debatido entre as pessoas de maneira que elas fossem *autênticas e verdadeiras*.

Pois é exatamente isso que seu grupo de encontro oferece: guiadas por um “facilitador”, pessoas são postas numa sala para debater seja alguma insatisfação comum (comportamentos compulsivos parecidos, frustrações semelhantes...) ou algum interesse comum. Além do efeito imediato de alívio da sensação de alienação cotidiana, Rogers acreditava que este era o caminho para que as pessoas descobrissem a essência humana universal existente em cada um (sendo este o combustível da revolução silenciosa que reformaria a sociedade em que vivemos). Segundo Castel, os grupos de encontro têm duas regras: “*a aceleração dos contatos e a maximização das reações*”¹⁹. Os participantes são convidados a representar papéis que passam a sensação de proximidade e intimidade. Tudo é manipulado para que ali se travem “relações verdadeiras”, opostas às relações estereotipadas do cotidiano. Fugido do social real, o sujeito se refugia num (pseudo) social meticulosamente reconstruído para “dar certo”. Durante uma terapia de grupo promovida pelo RH de uma empresa, faxineiro e presidente estão lado a lado. No momento da dinâmica de grupo em que cada um narra sua vida, eles irão chorar e sorrir juntos, irão assim enxergar a mesma qualidade humana que cada um possui e ao final abraçar-se-ão contentes²⁰. Este simulacro de social *humaniza* o insuportável social real que, por isso mesmo, é deixado intacto:

“O psicológico está se tornando o social de um mundo sem social [...] o psicológico invade e satura novos espaços liberados pelo refluxo do social, faz a vez de social representando o estatuto de uma sociabilidade completa, quando os fatores propriamente sociais escapam ao domínio dos atores”²¹.

¹⁸ ROGERS, C. (1978) *Sobre o Poder Pessoal*, Liv. Martins Fontes. Página 241.

¹⁹ CASTEL p. 152

²⁰ Para uma análise da auto ajuda aplicada à atividade gerencial, ver OLIVEIRA, A (2004) *A Empresa Feliz: discursos gerenciais do Capitalismo Tardio*. Tese de Doutorado, IUPERJ.

²¹ CASTEL p. 157

A intimidade revisitada (conclusões).

Não é à toa que o diagnóstico de Giddens sobre a intimidade seja o simétrico oposto àquilo que figuras tradicionalmente ligadas à psicanálise tem dito sobre a condição psicológica dos sujeitos em nossos dias:

“Perdido de suas referências simbólicas, desgarrado da comunidade de seus semelhantes – que se reduz a uma massa indiferenciada de pessoas perseguindo, uma a uma, seus ‘fins privados’ -, o indivíduo sob o capitalismo tardio ficou à mercê das imagens que o representam para si mesmo”²²

Isso por que aquilo que Giddens chama de expansão da reflexividade (que chega até a esfera da intimidade) é na verdade um sintoma: a aceitação fácil de verdades alheias e a relativização dos próprios pontos de vista também podem ser vistos como o “outro lado” de um sujeito que não tem uma apreensão muito profunda de si mesmo. Se as (auto) identidades circulam num grande pregão de opções imagéticas (por exemplo, “gay reservado”, “gay provocador”, “gay militante”²³) ao qual o sujeito se reporta, é esperado que o sujeito não esteja disposto a morrer por esta identidade. Em vez disso, pode-se esperar que ele encontre satisfação em, ao consumi-las, mistura-las (pois tal mistura lhe dará a sensação de que está criando algo).

Aquilo que Giddens chama de democratização da vida pessoal, ou seja, a aceitação da máxima kantiana²⁴ como única regra dos relacionamentos pessoais, antes de ser uma virtude da maioria humana, seria efeito do amoldamento do afeto do sujeito pela relação com a mercadoria. É como se o sujeito dissesse: *aceito que todos sejam iguais por princípio na medida em que vivo num mundo de opções equivalentes entre si (comprar a meia laranja ou preta) sendo eu mesmo um equivalente a outros tantos (mais um trabalhador, mexicano, professor...)*. A “abertura para o mundo”, ao invés dos nobres objetivos imaginados por Giddens, pode ser sintoma de sujeitos propensos a reformular constantemente seus padrões de conduta na esperança de extrair da nova configuração subjetiva uma mais valia de bem estar *interno* e uma mais valia de novos e bons relacionamentos com os demais.

²² KEHL, M. (2004) *Videologias* Ed. Boitempo, Página 49

²³ Poderíamos no lugar de gay, colocar estudante, membro de partido, militante de ONG, professor...

²⁴ Só fazer aos outros aquilo que gostaria que me fizessem.

Citando Debord, Maria Rita Kehl afirma que o homem cuja vida se banaliza precisa se fazer representar espetacularmente. Tal dependência gera uma relação viciosa entre subjetividade e espetáculo: a fraqueza da primeira a leva ao encontro da segunda e, por causa deste encontro, a fraqueza da primeira aumenta cada vez mais.

“Ocorre que a sociedade dos indivíduos ‘desacostumados à subjetividade’ não é a sociedade dos homens capazes de estabelecer entre eles relações ‘objetivas’, ou seja, livre do excedente de alienação que o capitalismo industrial fabrica diariamente. Ao contrário, o que o espetáculo produz é uma versão hipersubjetiva da vida social na qual as relações de poder e dominação são atravessadas pelo afeto, pelas identificações por preferências pessoais e simpatias.”²⁵

Giddens está certo, portanto, quando diz que a felicidade é um bem escasso para ricos e pobres e que “somos todos iguais” na sua busca. A educação do afeto pela mercadoria espalha a sensação de “vazio” (que é perda da identidade causada pela abstração do desejo provocado ora na alienação do trabalho ora na linguagem publicitária) inclusive para os que não consomem as mercadorias (mas consomem as imagens publicitárias). É como indivíduo que a mercadoria interpela o sujeito: o espetáculo une a todos mas sob o signo da separação²⁶. Isso talvez explique por que as questões da “política de vida” são referentes ao bem estar do indivíduo. Que tipo de debate é levantado por este ideário? Ele pode se apresentar de várias formas mas todas elas talvez possam ser resumidas na seguinte pergunta: como posso ter para mim a identidade cultural que me interessa sem que outros me incomodem e sem incomodar os outros? Simples: fazendo-o dentro da forma mercadoria. Se você quer ser *mexicano vivendo nos EUA*, vá a um restaurante típico, compre camisas com mensagens nacionalistas e vote no candidato identificado para você. Posso identificar-me com a Revolução Cubana? Mas é claro, desde que esta identificação se efetive através do consumo de camisetas, vídeos, viagens e, no máximo, uma manifestação pacífica contra o bloqueio.

Giddens também acerta quando fala que dos compulsivos. A compulsão é um sintoma do vazio. A escolha entre este ou aquele estilo de vida é, na verdade, uma “não escolha”, e esta situação estimula a sensação de vazio que os comportamentos compulsivos tentam em vão solucionar.

²⁵ KEHL p. 52/53.

²⁶ DEBORD (1997) *A Sociedade do Espetáculo* Ed. Contraponto. Página 23.