

ECLIPSES: PROPAGANDA E UTOPIA

ECLIPSES: PROPAGANDA AND UTOPIA

Edson Luiz André de Sousa

Psicanalista. Pós-doutorado na Universidade de Paris 7 e EHESS (Paris).
Analista Membro da APOA e Pesquisador do CNPQ. Pesquisador e Docente do
Instituto de Psicologia da UFRGS

Correspondência

Rua Ramiro Barcelos 2600 Porto Alegre - RS
E-mail: edsonlasousa@uol.com.br

RESUMO

Abordar o tema da propaganda se faz cada vez mais essencial já que não podemos pensar a propaganda sem transitar pelos circuitos do poder que constituímos e que nos constituem. Mas de que poder se trata aqui? Poder da imagem, na medida em que tenta capturar o olhar do outro em um ponto preciso, fixando o sentido de forma arbitrária, deixando na sombra tudo aquilo que poderia vir a gerar uma crise de interpretação e de leitura. O objeto tem que se revelar de forma unívoca e, basta este detalhe para perceber a tirania desta posição. Desenvolvo estas ideias a partir dos aportes de Noam Chomsky sobre o funcionamento da maquinaria da propaganda na esfera política e de Sophie de Mijolla-Mellor que traz contribuições importantes ao tema a partir do campo conceitual da psicanálise.

PALAVRAS-CHAVE

Psicanálise. Propaganda. Poder (psicologia). Utopias.

ABSTRACT

To approach the issue of propaganda becomes more and more essential as we cannot think of propaganda without going through the circuits of power that we constitute and that constitute us. But what kind of power are we talking about? The power of the image, as it tries to capture the gaze of the other at a precise point, setting the sense arbitrarily, leaving in the shadow everything that could generate a crisis of interpretation and reading. The object has to reveal itself unequivocally, and this is a sufficient detail to understand the tyranny of this position. I develop these ideas from the contributions of Noam Chomsky on the operation of the machinery of propaganda in politics and Sophie Mijolla-Mellor, who brings important contributions to the theme from the conceptual field of psychoanalysis.

KEY WORDS

Psychoanalysis. Propaganda. Power (psychology). Utopias.

Jamais o conhecimento é soberano: ele deveria acontecer no instante mesmo para ser soberano. Mas o instante permanece fora, aquém ou além de todo saber. (BATAILLE, 1976, p. 253, tradução nossa)

Não são só em cemitérios que encontramos os cadáveres de uma cidade. O desafio é encontrá-los naquilo que ainda pulsa, no que circula pelas avenidas, no que nos é dado ler nos jornais diários, na música de fundo dos escritórios, querendo organizar com seu refrão monótono nosso tempo e espaço, nas múltiplas estratégias de propaganda que nossa época produziu e que funcionam como uma espécie de eclipse do pensamento. Fui surpreendido em uma de minhas caminhadas por Paris por dezenas de bolhas de sabão que me fizeram parar. Na medida em que caminhava, elas se multiplicavam às dezenas. Que pulmões potentes poderiam produzir tantas bolhas de sabão? Dobro em uma esquina e para minha surpresa vejo uma pequena máquina em funcionamento na porta de um restaurante. Como nunca tinha visto esta invenção da tecnologia publicitária, fico surpreso e decepcionado. Pulmões mecânicos para olhos cansados! Subitamente as bolhas de sabão materializaram o ar de uma época que não tolera a inconsistência e a fragilidade do humano, as pausas de uma respiração que precisa de um tempo para recuperar o ar. Se tivesse encontrado alguém soprando, aí sim estaria talvez mais perto da "mélodie de l'arrière-fond"¹ como nomeia Rilke (2008, p. 53), pois poderia ainda me interrogar sobre a força que anima um sujeito a fazer circular na cidade formas tão frágeis e efêmeras. É neste ponto preciso que tal estratégia publicitária é capaz de destruir um sonho.

Toda propaganda é, por definição, um ensaio de dogmatismo. Esta operação, eviden-

temente, não é feita de forma ingênua. Em seu livro "História da Propaganda" Ellul (1967) mostra bem esta perspectiva. Percorrendo a história da propaganda, Ellul sugere que Machiavel foi o primeiro teórico da propaganda. Este mostra, de forma clara, que sua função é fazer parecer ao outro algo que não é, na medida em que recorta da realidade apenas o que interessa ser revelado. Neste sentido, a propaganda nada mais seria do que uma máquina de convencimento. Basta lembrar o seu famoso adágio de que "gouverner, c'est faire croire"². Poderíamos concentrar grande parte do pensamento de Machiavel na seguinte passagem e dela retiraremos os dois eixos principais do presente texto:

O Príncipe pode ser infiel a seus compromissos, mas ele deve parecer fiel. Não é necessário que ele tenha todas as qualidades, mas é indispensável que ele pareça possuí-las... Isto porque o povo se fixa sempre nas aparências e só julga pelo acontecimento. Ora, o povo é quase todo mundo, e a minoria só conta quando a multidão não sabe em quem se apoiar. (MACHIAVEL apud ELLUL, 1967, p. 47, tradução nossa).

Há duas direções possíveis de análise de tais ideias que, embora abordem perspectivas distintas, são convergentes. De um lado as estratégias de poder que se sustentam, em grande parte, na força da servidão voluntária acionada pelas máquinas de propaganda. Impossível abordar o cenário político contemporâneo sem uma anatomia precisa dos circuitos de propaganda que tal poder coloca em cena. Neste ponto, foi fonte de inspiração para o presente texto, a obra louvável, militante e crítica de Noam Chomsky que dedicou alguns de seus livros especificamente a este tema.

¹ Melodia de fundo (Tradução do autor)

² "Governar, é fazer acreditar" (Tradução do autor)

(CHOMSKY, 2002, 2004, 2008). Chomsky percorre a história para mostrar em dezenas de exemplos alguns labirintos obscuros do poder que nos fazem comer gato por lebre. Embora seus textos se refiram aparentemente a uma narrativa detalhada da história política recente com dados impressionantes do "dever parecer" maquiavélico, não deixa de teorizar sobre este fenômeno de manipulação da informação, buscando uma teoria que nos permita uma gramática de leitura de alguns cenários violentos e que buscam seus pontos de sustentação nas estratégias de propaganda. Tal reflexão seria, contudo, incompleta se não trouxesse junto, pelo menos em forma de esboço, uma análise do fundo psíquico que opera nestes processos. Chomsky aponta, em muitos momentos, estas variáveis, mas não se ocupa em entender a metapsicologia da fabricação do consentimento. Aqui alguns aportes da psicanálise são essenciais e buscarei sobretudo nas teorizações de Sophie de Mijolla-Mellor em torno da necessidade da crença, uma álgebra mínima de um "besoin de croire" (necessidade de acreditar) para entender um pouco que mecanismo faz com o que o sujeito "se fixa sempre nas aparências é só julga pelo acontecimento" (MIJOLLA-MELLOR, 2004, 2008).

Ambas as vertentes evocam como contraponto alguns dos fundamentos do discurso utópico que eu resumiria nos seguintes pressupostos:

1. Crítica às imagens instituídas que buscam se apresentar como unívocas.
2. Abertura de novos espaços de imaginação, seja pelo ato político que visa desmontar a lógica do poder apostando na força libertadora da instância crítica, seja no ato analítico que abre para o sujeito novos sentidos, até então inéditos.

3. Recusa em assumir posições idealistas e dogmáticas na medida em que não pretende propor a imagem justa, o mundo perfeito, a interpretação verdadeira. O que move o horizonte utópico que aposta na força vital da criação é uma radical insatisfação com o que aí está. Esta recusa de antecipar a verdade que salvaria, abre um espaço de esperança na perspectiva de Bloch (2001) e de responsabilidade de cada um para com seu futuro. O adágio freudiano em sua dimensão ética "Wo Es War, Soll Ich Werden" dá a direção deste horizonte de trabalho (SOUSA, 2007).

Estes pontos seriam suficientes para sustentar a proposição de que o discurso utópico, em sua vocação política, funciona na contracorrente do discurso da propaganda. Tal perspectiva viria a contrapor, em parte, o furor da propaganda que, em maior ou menor grau, se baseia sempre em técnicas afinadas de persuasão, como muito bem apontou Tchakhotine (1952) em seu livro histórico de 1939 'A violação das massas pela propaganda política', publicado na França e imediatamente proibido para não desagradar a Alemanha nazista, uma vez que os argumentos desta obra colocavam em relevo justamente, toda a estratégia orquestrada por Joseph Goebbels. Tchakhotine mostra a sutileza das tecnologias de propaganda que buscam, diz ele, sua força no campo pulsional dos indivíduos.³

O instinto e suas energias são assim desviados para temas como pangermanismo, a superioridade da cultura ou mesmo da raça alemã. Toda arte da propaganda consiste, portanto, em guiar as pulsões do indivíduo no

³ Em seu texto Tchakhotine menciona as pulsões agressivas, sexuais, parentais e até mesmo alimentares.

sentido que escolhemos para ele. A propaganda consiste em uma manipulação hábil de associações de ideias. (ENCYCLOPÉDIE PHILOSOPHIQUE UNIVERSELLE, 1990, p. 2072, tradução nossa).

O termo de contrapropaganda surge imediatamente a partir deste cenário, na tentativa de desmontar estas arquiteturas do poder. Domenach (1979), por exemplo, insiste nesta ideia em seu livro "A propaganda política". Talvez o termo de contrapropaganda não seja o mais adequado, pois a priori não necessariamente romperia com as técnicas diante das quais se opõem. Talvez neste ponto o discurso psicanalítico tenha algo de radical a nos transmitir quando aposta no papel da interpretação, abrindo ao sujeito novas perspectivas diante da alienação que o constitui. Interpretar, neste sentido, não seria acionar uma maquinaria de nomeação das bolhas de sabão que nos encantam e nos distraem. Não sabemos a priori de onde elas vêm e precisamos manter certa reserva para não cairmos rapidamente no que Aulagnier (1986) nomeou como violência da interpretação. Interpretar estaria muito mais perto dos gestos radicais das mãos infantis que, quando veem tais bolhas de sabão, correm imediatamente para destruí-las. Se seguirmos o fio que nos propõe Mijolla-Mellor (2008) de que pensar é contrapor pontos de vista, certamente a propaganda surge como um obstáculo ao pensamento. O que busca a propaganda? Apresentar um objeto de forma definitiva, sem espaços para dúvidas e hesitações. Assim, abriria um terreno propício para que possamos aderir a tais objetos como uma espécie de caricatura das relações passionais. Por vezes esta adesão é tão potente que nos confundimos com o objeto. O pensamento crítico teria a importante função de desestabilizar esta trama identificatória.

O pensamento nasce com o recuo que nos permite apreender posições diferentes de um objeto ou de uma situação e, portanto, de seus aspectos, em momentos variados. Esta poeira nos olhos permitiria abrir uma fissura, uma ferida entre sujeito e objeto e, de certa forma, permitir que se possa romper o contato fusional entre sujeito e objeto (MIJOLLA-MELLOR, 2008, p. 12).

Dissolução de imagens abrindo novas perspectivas, tirando o sujeito do eclipse que o congela à sombra do objeto. Uma nova luz surge desestabilizando uma harmonia forçada. Qual seria a posição justa que ainda nos permita alguma surpresa diante do que vemos? A literatura utópica sempre se preocupou em alertar para os pântanos da história que desenham os mapas que sustentam a paz dos soberanos. Contrapor este bafo do porão, como lembra Bloch (2001), é o desafio que temos pela frente. Karl Marx inicia uma carta a seu pai escrita em Berlim em 1837 com esta bela reflexão que sintetiza o argumento que desenvolvo aqui:

Querido pai, há momentos na vida, semelhantes aos marcos de fronteira, que se erguem depois de um tempo findo, mas designam ao mesmo tempo, com precisão, uma direção nova. Tendo chegado a este ponto, sentimos a necessidade de contemplar, com o olhar de águia do pensamento, o passado e o presente, no intuito de tomar consciência de nossa verdadeira posição (MARX, 1982, p. 1370, tradução nossa).

Sabemos bem que não se trata de uma posição fixa, pois cada acontecimento reconfigura o mapa que nos constitui e, como muito bem mostrou Sigmund Freud, colocar os sujeitos diante da verdade que os funda não é tarefa fácil. Trabalhar neste terreno implica abordar as resistências que são forças intrínsecas a este

circuito. Aliás, para Freud as resistências que muitas vezes se materializam nos sintomas são o índice de que ali se aloja algo com o qual precisamos entrar em contato e do qual resistimos a tomar conhecimento. Contudo, identificar este movimento já é um grande passo, seja nos labirintos da história, seja nos corredores da psicopatologia da vida cotidiana. Bataille (1949) é muito claro neste ponto: "A fuga diante da verdade é, por um jogo de contrapartida, a garantia de um reconhecimento da verdade."⁴

L' Image hors- image - o poder da propaganda ⁵

O vigésimo capítulo dos *Ensaio*s de Montaigne (2007, p. 98) tem como título "A força da imaginação". Inicia pela seguinte proposição: "Fortis imaginatio generat casum" (Uma imaginação forte produz acontecimento). Trata-se do acontecimento que se produz em co-autoria com o sujeito que ainda é capaz de imaginar. Podemos deduzir daí que os acontecimentos (événements) que mudam o curso da história são acionados por uma recusa de vestir o mundo com as litâneas repetitivas dos discursos oficiais. O motor de sua construção é a potência criativa, razão pela qual a arte em todas as suas instâncias tem uma função fundamental, neste ponto.

O senso comum costuma atribuir como missão das utopias a função de desenhar qual seria a imagem precisa da sociedade para que todos encontrassem, enfim, paz, felicidade e harmonia na vida em comum. A utopia vista desde este prisma acaba por ser, por um lado, ridicularizada quando suas proposições seguem as idiosincrasias e extravagâncias do desejo no

imponderável de suas "políticas" ou temidas quando são lidas ao pé da letra e tomadas como texto acabado do que deveria ser, apresentando-se inúmeras vezes como imperativas. A decadência do espírito utópico, tão presente em nossos tempos, se deve a estes dois grandes equívocos. A força das imagens utópicas está justamente no "hors-image" (fora da imagem), apontando, como lembra Jameson (1997), àquilo que ainda não fomos capazes de imaginar, em outras palavras, nosso em falta com a imaginação. Há algo de impronunciável em relação a este não-lugar, o que não significa que sua evocação não nos coloque na via de um desejo de outros mundos possíveis. Um exemplo contundente desta perspectiva é sutilmente apontado no texto de Thomas Morus, pois quando este pergunta a Raphael onde fica a ilha da utopia, ao responder, a tosse de um dos presentes, impede que se possa escutar (MARIN, 1973, p. 116). A utopia, portanto, abre, pelo seu ato de escritura, um espaço possível para este hors-image. Sua função lógica é mostrar os abusos de toda imagem que ousam apontar o objeto em uma aparente transparência, em sua evidência "natural" e incontestável. O discurso utópico funciona como censura, apontando para o sem-imagem. Não poderíamos pensar em uma certa obscenidade da propaganda justamente por este excesso de visibilidade? Obscenidade também do artifício do seu funcionamento, pois o objeto em cena viria a responder às promessas que nos fazem acreditar que ele possui. Trata-se, portanto, de um engano, já que ele é incapaz de cumprir tais promessas. A violência da propaganda consiste, em certa medida, em não deixar que o sujeito possa experimentar esta salutar decepção mantendo ainda vivo (a ferro e fogo), o brilho do objeto.

⁴ Uma pequena nota em relação a este livro. Ao consultar o exemplar na Bibliothèque Sainte Geneviève, encontro uma dedicação de Georges Bataille na primeira página do livro, o que deu evidentemente outro brilho e olhar para o livro em questão. "À M. André Roussezux, hommage sympathique de Georges Bataille". (Tradução do autor)

⁵ Título do livro de Neyrac (2003).

Esta operação "pouparia" o sujeito da experiência de apagamento da imagem que Neyrat (2003, p. 27) sublinha como o duplo regime da negatividade:

- Regime do trabalho do negativo, que instaura a vida do espírito
- Regime da perda

A propaganda tenta, à força, sustentar a ilusão de uma positividade do objeto mantendo vivo seu potencial de objeto de consumo. Assim, a lógica do capital sabe se proteger destas fissuras críticas que denunciam a falácia deste encontro.

Quando o capital se acumula sob a forma de imagens, a imagem fora-da-imagem se reabsorve - e a política corre o risco de se reduzir a um consumo vão de virtualidades (NEYRAT, 2003, p. 20, tradução nossa).

O terrível é quando este consumo nos turva a visão sobre alguns dos horrores que assistimos cotidianamente no mundo. É aqui que Noam Chomsky tem construído um trabalho corajoso e essencial mostrando as perversidades da máquina política que estrategicamente controla a indústria da propaganda e desenha os acontecimentos ao sabor dos seus interesses. O consumo da informação tem sido uma das armas mais eficazes para um controle das políticas de estado, construindo sempre razões para o imponderável. Os livros de Chomsky aqui mencionados dão uma visão clara desta questão, e seria impossível reproduzir neste artigo algumas dissecações recentes da história feitas por ele e que surpreendem: o massacre no Timor Oriental pela Indonésia, sustentado durante muito tem-

po pelos Estados Unidos e que resultou em milhares de mortes, a guerra da Coreia, a guerra do Vietnã, as operações militares dos Estados Unidos no Iraque e Afeganistão, o terror de estado da Turquia contra os Curdos, a ocupação da China no Tibet, os Khmers Vermelhos no Camboja, um dos mais atrozes genocídios da história depois do nazismo (1969 a 1979) e cujos primeiros seis anos tiveram o apoio norte-americano, os monopólios dos grandes laboratórios que impossibilitam que uma política sanitária e urgente possa se desenhar para a África, por exemplo (CHOMSKY, 2002).⁶

Chomsky (2008, p. 26) é categórico neste ponto, mostrando o quanto a propaganda encontra estratégias para sustentar o insustentável, quer criando falsas informações, suprimindo dados importantes, acionando estratégias psíquicas na população, de forma a criar um clima favorável a suas políticas de guerra, de intolerância, de discriminação, e de desigualdade social. Diz ele: "a propaganda é para a sociedade democrática, o que a cassetete é para o estado totalitário." Chomsky (2004, p. 33) menciona também os grandes aparatos do setor de relações públicas, que trabalham no sentido de fabricarem as opiniões que os poderosos precisam. Estes trabalham seguindo o slogan de que a essência da democracia é a fabricação do consentimento.

Propaganda e o eclipse do sujeito

No filme "O Eclipse" de Michelangelo Antonioni há uma cena em especial que surpreende. O ruído e a agitação da bolsa de valores impedindo qualquer possibilidade de diálogo,

⁶ Segundo as últimas pesquisas, a cada ano cerca de 600 mil crianças são contaminadas pelo vírus da AIDS por via intra-uterina, o que significa que eles morrerão sem dúvida de Aids. Este é um processo que poderia ser eliminado com a utilização de medicamentos custando em torno de dois dólares por ano. Contudo, as companhias farmacêuticas recusam que estes sejam vendidos por uma estratégia chamada "licença obrigatória", em outros termos, que os países concernidos possam produzi-los a um custo bem mais barato do que o do monopólio. (CHOMSKY, 2002, p. 198, tradução nossa). Como aceitar que uma posição como esta possa se sustentar diante dos próprios organismos ditos humanitários e responsáveis pela saúde? Aqui uma política de propaganda com argumentos em prol da pesquisa dita de ponta e da sustentação do monopólio se faz presente, o que na verdade é uma máscara para o real interesse que ali está presente, ou seja, as cifras dos lucros dessas empresas. Para maiores detalhes em relação a este ponto remeto o leitor ao texto de Chomsky.

metáfora do encontro fracassado que se produzirá entre a jovem que acaba de desfazer seu casamento e a busca amorosa que tenta, em vão, estabelecer com Piero (Alain Delon), funcionário da bolsa. O único código possível naquele espaço são a dança dos números e o ritmo alucinante da venda e compra de ações. Quando a máquina dita o movimento de forma tão absoluta não há mais sujeito em cena. Kafka também, com sua "Colônia Penal", mostra bem este cenário quando a máquina de tortura se põe a funcionar. Com seu ruído perturbador nenhum diálogo é mais possível, pois qualquer palavra fica encoberta sob o som da engrenagem.

Interessa-nos saber que mecanismos elementares fazem com que possamos nos sacrificar de forma tão "pacífica" a estes funcionamentos? Que razões psíquicas nos conduziriam a um certo benefício do conformismo?

Duas anotações se fazem presente a partir da leitura do livro de Sophie de Mijolla-Mellor (*Croire à l'épreuve du doute*) e que, de alguma maneira, tentam responder à questão acima e que nomearei provisoriamente de *luz da evidência e sombras identificatórias e utopia*.

Luz da evidência

Tudo aquilo que se apresenta como evidente, que tem a pretensão de se revelar por si mesmo, anula, de alguma forma, a condição de leitura do sujeito, já que o coloca como um mero receptor. A evidência tenta nos situar em uma posição de passividade, pois os objetos nos chegam de forma cristalina, prescindindo do sujeito e de sua interpretação. Tudo que se apresenta de forma evidente dispensa o sujeito de qualquer esforço maior de linguagem e transmissão uma vez que propõe a ideia de um acesso direto ao objeto (como se fosse possível!) Mijolla-Mellor (2008, p. 9) mostra muito bem que esta evidência é inaugural e

todas as dúvidas que temos depois, não abalam nossa esperança de reencontrar este estado primeiro e perdido para sempre. De onde viria, portanto, esta força do sonho de um objeto revelado sem a intermediação da linguagem? Vejamos uma primeira resposta:

Precisamente de escapar ao logos racional e ao trabalho das palavras que implicam sempre uma margem de incerteza, de crítica e, portanto, de progresso. A evidência é imediata, fora do tempo e de toda espécie de elaboração, mas para constituí-la, e assim para poder reconhecê-la como tal, é preciso ter conservado a nostalgia de um acesso ao sentido por contato direto, quase por osmose (MIJOLLA-MELLOR, 2008, p. 25, tradução nossa).

Teríamos, portanto, nesta equação, um trabalho da propaganda de produzir uma espécie de alucinação do objeto, já que se nossa adesão é total e sem resistência, é o objeto que vai falar por nós, e em nós. A propaganda adquire um efeito mágico de captura do sujeito, em parte porque nos oferecemos passivamente a este jogo. É aqui que o pensamento crítico, bem como o ato analítico, surgem como abalos sísmicos nesta fortaleza tão sedutora e tão frágil como as bolhas de sabão às quais nos referíamos antes. Das fissuras deste terreno da certeza surge a esperança de novas configurações de mundo e outros contornos para o mundo dos objetos.

Sombras identificatórias e utopia

Steve Biko e Nelson Mandella foram duas figuras emblemáticas da luta contra o Apartheid na África do Sul. Biko não teve a mesma sorte de seu companheiro de luta, pois foi assassinado na prisão em 1977. Ele foi responsável pela criação do "Black Consciousness Movement" que, como sabemos, teve um papel fun-

damental na história da África do Sul. Uma de suas proposições contundentes e que nos abre todo um campo de reflexão sobre o fundo psíquico que nos captura na maquinaria da propaganda é a seguinte: "A arma mais potente do opressor se encontra no espírito do oprimido" (CHOMSKY, 2004, p. 246).

Dois apontamentos preliminares se impõem. Discorrer sobre o funcionamento psíquico nestas relações de poder não implica recusar todos os outros pontos de vista teóricos fundamentais para entender um acontecimento histórico. Portanto eu me afasto neste ponto de uma perspectiva reducionista ou mesmo de uma pretensão ingênua de psicanálise aplicada. Em segundo lugar, trazer a psicanálise para este debate é fundamental, pois assim seguimos a intuição freudiana de indicar a potência analítica no campo social e político que esta disciplina possui. Sabemos que este é um campo em que ainda temos muito a avançar.

O que nos mostra Biko, portanto, é que a força do opressor é em parte outorgada pelo oprimido e que os mecanismos de identificação são essenciais para compreender esta estranha ligação. A propaganda mostra sua eficácia quando consegue desenhar para o sujeito um objeto ideal com o qual ele se identifica e ao qual, portanto, se submete. Não são poucos os mecanismos de que o sujeito faz uso para não perturbar sua "sintonia" com estes ideais, mesmo que tenha que pagar com o sacrifício de sua própria vida. A propaganda produz um certo efeito traumático, ao tentar fixar o sujeito em uma posição estática. Respondendo a um mecanismo de "assimilação" ao discurso do Outro, o indivíduo teria a tendência de eliminar toda a percepção que colocaria em causa este equilíbrio. A identificação, embora constitutiva, se apresenta aqui em sua face de sintoma. Vejamos o que nos diz sobre este ponto Sophie de Mijolla-Mellor:

O estado de alienação, quer ele seja o resultado de uma força alienante externa ou de um desejo de auto-alienação, se define pelo seu propósito: à redução mínima, mesmo absoluta, do conflito entre o Eu e seus Ideais. É de um aniquilamento da individualidade que se trata, pela redução máxima de todo desvio ou diferença (MIJOLLA-MELLOR, 2008, p. 65, tradução nossa).

Contudo, são inúmeros os ruídos desta maquinaria, acionados pela força da dúvida que vem perfurar as sombras de imagem produzidas pela propaganda. Dúvida que abre uma possibilidade de experiência de surpresa, de criação de novos sentidos, de novos posicionamentos diante da história, de esclarecimento sobre as estratégias, por vezes perversas, das políticas de propaganda. Assim, identificar alguns determinantes desta política abre novos espaços de futuro, sobre o qual, no entanto, nada sabemos. Não é este justamente o princípio ético da escuta psicanalítica? Louis Marin avança de forma lúcida neste ponto, quando indica que o fundamental do signifiante utopia é colocar em cena um in-determinado (MARIN, 1973, p. 37).

Este me parece ser o campo de força que todo trabalho de análise aciona. Também identifico este potencial utópico na tensão que vemos na história entre as máquinas de propaganda que tentam manter o poder na mão dos mesmos e a indignação e revolta de alguns que ainda são capazes de resistir a tais estratégias violentas. Assim, vivemos em um mundo de uma Tailândia que mantém uma censura feroz ao "crime" de crítica ao rei e seus sucessores (loi lèse-majesté) e que pode implicar em uma pena de 3 a 15 anos de prisão, para dar apenas um exemplo do noticiário recente (JORNAL LIBÉRATION, 2009, p. 12). Mas, como contraponto, há a esperança de movimentos de revolta como no Irã no dia 21 de julho 2009. Uma rede de contatos pela internet convidava

todos os cidadãos a ligarem seus aparelhos elétricos em casa exatamente às 21 horas, durante 4 minutos, de forma a produzir uma grande pane de eletricidade na hora do mais importante jornal televisivo. Assim, protestavam de forma "silenciosa" contra a reeleição fraudulenta de Mahmoud Ahmadinejad e, sobretudo, contra a política de propaganda do governo, que faz de tudo para se manter no poder (JORNAL LIBÉRATION, 2009, p. 2).

Talvez desligando algumas máquinas que nos impõem à força suas melodias de propaganda, poderemos, quem sabe, escutar um pouco mais as inquietações que nos habitam e que ainda esperam seu tempo de formulação. Poderíamos sonhar com uma soberania mais plena do que esta mesmo que de que ainda nos falta a formulação que precisamos? Há muitas bolhas de sabão no ar e é urgente que saibamos um pouco mais de onde é mesmo elas vêm.

REFERENCIAS

- AULAGNIER, Piera. **La violence de l'interprétation: du pictogramme à l'énoncé**. Paris: PUF, 1986.
- BATAILLE, Georges. **Ce que j'entends par souveraineté**. Paris: Gallimard, 1976. Oeuvres Complètes, v. 8.
- BATAILLE, Georges. **La part maudite: essai d'économie générale**. Paris: Les Éditions de Minuit, 1949.
- BLOCH, Ernst. **Le Principe Espérance**. Paris: Gallimard, 2001.
- CHOMSKY, Noam. **De la propagande**. Paris: Fayard, 2002.
- CHOMSKY, Noam. **La fabrication du consentement de la propagande médiatique en démocratie**. Marseille: Agone, 2008.
- CHOMSKY, Noam. **Propagande, Médias et Démocratie**. Montréal: Ecosociété, 2004.
- DOMENACH, Jean-Marie. **La propagande politique**. Paris: PUF, 1979. (1^e édition 1959).
- ELLUL, Jacques. **Histoire de la propagande**. Paris: PUF, 1967.
- ENCYCLOPÉDIE PHILOSOPHIQUE UNIVERSELLE: Les Notions Philosophiques. Paris: PUF, 1990. v. 2.
- JAMESON, Fredric. **As sementes do tempo**. São Paulo: Ática, 1997.
- JORNAL LIBÉRATION. Paris, 15 juillet, 2009. p. 12.
- JORNAL LIBÉRATION. Paris, 19 juillet, 2009. p. 2.
- MARIN, Louis. **Utopiques: jeux d'espaces**. Paris: Les Éd. de Minuit, 1973.
- MARX, Karl. **Oeuvres Philosophiques**. Paris: Gallimard, 1982. Bibliothèque de la Pleiade, v. 3.
- MIJOLLA-MELLOR, Sophie de. **Croire à l'épreuve du doute**. Paris: Les Éd. de l'Atelier: Éd. Ouvrières, 2008.
- MIJOLLA-MELLOR, Sophie de. **Le besoin de croire: métapsychologie du fait religieux**. Paris: Dunod, 2004.
- MONTAIGNE. **Les Essais**. Paris: Gallimard, 2007. Bibliothèque de la Pleiade.
- NEYRAT, Frédéric. **Image Hors-image**. Paris: Éd. Lignes & Manifestes, 2003.
- RILKE, Rainer Maria. **Notes sur la mélodie des choses**. Paris: Éd. Allia, 2008.
- SOUSA, Edson. **Uma invenção da utopia**. São Paulo: Lumme Editor, 2007.
- TCHAKHOTINE, S. **Le viol des foules par la propagande politique**. Paris: Gallimard, 1952. (1^{er} édition 1939).

Recebido em: ??/??/2009

Aprovado em: ??/??/2009