

Sociedade de Desejo

Jung Mo Sung
2015

Cap. 1. “Pai, preciso comprar algo!”

No portão da escola, o meu filho de 6 anos sorriu ao me ver. Ele estava esperando que a sua mãe lhe fosse buscar na saída da escola, mas lá estava eu. Aproveitando a alegria da surpresa, ele me disse sorrindo: “Pai, vamos ao Multishop (um pequeno shopping center perto da escola e da casa) porque preciso comprar algo!”.

Eu lhe olhei e respondi: “Diga-me o que você precisa. Se for algo necessário e não tivermos em casa, vamos e compramos”.

Ele me olhou com um olhar meio desconcertado com a minha resposta e disse: “Pai, eu não sei o que eu preciso, mas chegando lá eu vou saber”.

“Como você precisa comprar algo que não sabe o que é? Se não sabe o que precisa, você não precisa. Vamos para casa.” Eu lhe respondi calmamente.

Ele, sem querer desistir, me olhou com firmeza e me disse: “Pai, você não está me entendendo. Eu preciso comprar algo, que não sei agora o que é, mas quando chegarmos no shopping e olhar nas lojas, eu vou saber o que preciso”.

Respondi, mantendo a voz calma: “Meu filho, se você não sabe o que é, como sabe que precisa comprar. Diga-me o que quer comprar e vou ver se é realmente necessário e se não temos em casa; se for necessário e não tivermos, vamos comprar.”

Meu filho foi perdendo a paciência e, sem conseguir encontrar um argumento que pudesse me convencer, disse com um olhar meio suplicante: “Pai, você não está me entendendo. Quando chegar lá e olhar nas vitrines, eu vou saber o que é!”

Peguei ele firme pelas mãos e voltamos para casa. É claro que ele estava muito frustrado por não termos ido ao shopping, mas imagino que também por não ter encontrado um argumento que me pudesse convencer, nem uma forma de chantagem emocional que me tivesse feito leva-lo até lá e comprar algo que necessitava, mas não sabia o que era.

Esta cena aconteceu comigo uns 15 anos atrás e ainda continuo falando dela em algumas das minhas palestras ou aulas. Mais do que simplesmente continuar contando essa história, eu ainda penso sobre ela porque neste diálogo encontramos algumas questões fundamentais presentes na vida de quase todos.

A primeira coisa que aparece na fala do meu filho é uma certa confusão entre “necessidade” e “desejo”. Ele diz que precisa comprar algo, mas na verdade ele deseja comprar algo. Esta é uma confusão que fazemos constantemente nas nossas vidas. Eu desejo algo – muitas vezes sem saber bem o que é esse algo –, mas ao dizer falamos “eu preciso”. Se pensarmos com atenção, a necessidade está ligada ao um objetivo que geralmente tem relação com desejo. Por exemplo, se eu desejo entrar em uma boa faculdade, eu necessito estudar bastante; assim como, se eu quero viajar ao exterior, eu necessito conseguir as passagens, comprando ou pedindo a alguém. A necessidade tem uma relação lógica com o objetivo ou desejo. Se eu mudo de ideia e não desejo mais viajar, eu não necessito mais providenciar a passagem.

O desejo funciona diferente. Por que desejo viajar ao exterior? Eu posso responder essa pergunta de muitas formas – por ex, porque sempre quis conhecer outros lugares; ou porque me falaram que lá é muito bonito... –, mas nenhuma delas tem uma justificativa estritamente racional. Por isso, podemos dizer: eu quero ir, porque eu desejo. Ponto final. Parece que o desejo é uma decisão pessoal, fruto da liberdade pessoal de cada.

Mas, as coisas ficam um pouco mais complicadas quando nos lembramos que mudamos de desejos. Uma hora desejo algo e, de repente, mudo de desejo sem que eu saiba bem o porquê. Mais ainda, há coisas que desejamos muito, nos esforçamos ou gastamos muito para conseguir e logo depois não as queremos e deixamos de lado. Isso acontece muito no mundo da moda. Roupas ou acessórios que achamos lindos e sentimos muito bem usando-os em público, um tempo depois achamos feios e ficamos com vergonha de usar. Por que isso? As roupas não mudaram em nada, continuam como antes, mas não achamos mais bonitas ou desejáveis. Já que a mudança não ocorreu nas roupas, o que mudou em nós? Por que o nosso senso de bonito e feito mudou tão drasticamente? Uma resposta rápida e simples é: porque é moda e moda funciona assim. Mas, por que a moda funciona assim? Por que o nosso desejo modifica tanto?

Sem encontrar respostas satisfatórias a esse tipo de perguntas, ou mesmo sem fazer essas perguntas, continuamos desejando coisas, que muitas vezes não sabemos o que é. Tirando situações parecidas com o que aconteceu com o meu filho, quando sentimos que precisamos comprar algo que não sabemos o que é, geralmente

pensamos que sabemos o que desejamos. Mas, após conseguir o que desejávamos, sentimos uma certa frustração porque a compra do objeto não nos satisfaz. É claro que nos momentos que se seguem à compra nós nos sentimos bem, algumas vezes até eufóricos. Contudo, logo um tempo depois um certo vazio volta e parece que o nosso desejo não foi satisfeito e sentimos novamente a necessidade de comprar outra coisa para preencher esse vazio. E novamente aqui, entramos na confusão entre desejo e necessidade. Eu necessito comprar algo que não sei o que é? Sim, porque eu desejo preencher esse certo vazio ou superar uma frustração ou mal estar, e para isso eu preciso comprar algo.

Com o tempo, com a repetição desse processo, surge em nós uma resposta. Essa resposta, quase sempre, é uma resposta inconsciente. Isto é, não formulamos uma resposta de uma forma clara e racional; mas temos a resposta. Por isso, é que digo que é uma resposta inconsciente; uma resposta que temos sem ter a consciência de que temos. E a resposta é: o que eu realmente desejo ou necessito é comprar. É sentir a boa sensação de satisfazer o desejo de comprar algo. O importante não é o objeto em si, mas o ato de comprar. Eu acho que era isso que aconteceu com o meu filho quando me disse que precisava comprar algo que não sabia o que era. Assim como acontece muitas vezes conosco, que não somos mais crianças.

No caso do meu filho, como era criança e não podia ir ao shopping por conta própria fazer a compra, ele teve que expressar essa necessidade-desejo e argumentar comigo, o seu pai. Na medida em que ele cresceu e foi tendo o seu próprio dinheiro, ele nunca mais entrou em esse tipo de discussão. Ele podia ir ao shopping por si próprio, se quisesse, para procurar algo que ele pudesse desejar comprar.

É claro que não é qualquer objeto que satisfaz esse desejo. Por exemplo, comprar uma roupa fora de moda não realiza o desejo de comprar. Eu posso comprar essa roupa não desejada porque o seu preço está bem baixo e é o que eu posso pagar. E o seu preço caiu porque as pessoas não desejam o que passou da moda e assim foi colocada em liquidação. Assim, comprar essa roupa pode responder à minha necessidade de ter uma roupa, mas não ao meu desejo de comprar.

No caso da compra de roupa fora da moda, a diferença entre a necessidade e desejo fica clara. Mas, quando se trata da compra de objetos desejados por muitas pessoas, a relação entre a necessidade e desejo fica mais confusa. No caso do diálogo

com meu filho, ele necessitava comprar algo que não sabia o que era, mas, com certeza, não era qualquer coisa. Se tivéssemos indo ao shopping, com certeza ele teria escolhido algo que era desejado por outras pessoas da sua idade, algo que não estava fora da moda. Ele não necessitava simplesmente comprar qualquer coisa, mas sim comprar objetos que eram desejados e que ele também desejaria quando o encontrasse.

Quando sentimos a necessidade de satisfazer o desejo de comprar, há uma diferença importante em relação à pura necessidade. Se eu preciso de uma panela nova para cozinhar, eu tenho uma necessidade clara e se eu não conseguir comprar, por qualquer motivo, eu vou ter uma necessidade não satisfeita e um pouco de frustração. Mas, se eu não consigo comprar algo que desejo e sinto necessidade de realizar esse desejo, a frustração me corrói por dentro. Desejo é algo que nos toca mais profundo.

Quem deseja algo sem saber o que é acaba por desejar tudo. Cada objeto parece ser aquele objeto de desejo, mas como não sabe bem o que está desejando, mesmo que o consiga não fica completamente satisfeito. Nada que obtenha lhe satisfaz. Sempre sente um vazio dentro de si, e uma necessidade de comprar mais de algo que não sabe bem o que é.

Essa corrida sem fim, uma corrida em que a linha de chegada sempre se afasta na medida em que nos aproximamos dela, nos cansa muito. E cada vez mais, mais pessoas do mundo inteiro entram nessa corrida sem fim e dedicam mais tempo da sua vida a essa corrida. Por isso, nos sentimos tão cansados.

Uma corrida de maratona é muito cansativa. Mas, é diferente dessa corrida sem fim do desejo-necessidade de comprar. Na maratona, os corredores cansados sabem que a linha de chegada está se aproximando e tentam tirar energia da última parte do seu corpo que ainda guarda energia para realizar o seu objetivo de terminar a corrida. E sabe que, após o final da maratona, vai poder descansar com a sensação de objetivo cumprido, mesmo que não tenha ganhado. E se desejar, vai se preparar para a próxima maratona.

No caso da corrida sem fim da necessidade-desejo de comprar, a agonia é que a linha final se afasta na medida em que corremos. E isso acontece porque o objetivo não é alcançar algo concreto, como conseguir comprar um bem específico, mas é a

busca de realizar um desejo que não sabe o que é e pensa que pode consegui-lo no ato de comprar. É por isso que os bilionários não se satisfazem com bilhões de dólares e com a quantidade imensa de coisas que já compraram e possuem. Eles sempre querem mais, sentem a necessidade de mais riqueza, porque a sua linha de chegada continua tão distante quanto quando eles eram simples milionários.

Nesta corrida sem fim, ninguém é vencedor, todos compartilham da frustração ou do vazio. E essa frustração, vazio e cansaço são sentimentos difíceis de conviver.

Provavelmente, quase todos que estão lendo este livro já passaram por uma experiência semelhante de querer sair para fazer compras sem saber precisamente o que precisa ou deseja comprar; ou então pela experiência de lidar com esse tipo de pedidos de filhos. E quando filhos nos pedem com esse olhar que cortam nosso coração, é difícil não ceder, a não ser que realmente não tenhamos condição financeira para satisfazer esse desejo. E quando negamos por falta de dinheiro, sobra em nós um sentimento de culpa. Culpa por não poder satisfazer esse desejo tão forte de comprar algo que não sabe o que é ou que não precisa ter.

Esse sentimento de culpa se junta às nossas frustrações por não conseguirmos satisfazer os nossos próprios desejos-necessidades e sentimos uma culpa difusa. Sabemos que somos culpados, sem saber bem do que somos culpados, por que somos culpados. Só sabemos que a única forma de sair dessa culpa é voltarmos à corrida sem fim de realizar os nossos desejos e os daqueles que dependem de nós. E assim nos sentimos mais pressionados e cansados.

Esse desejo ou necessidade de comprar algo que não sabemos o que é ou não necessitamos em termos de utilidade concreta, revela algo profundo e marcante do mundo em que vivemos. Quando eu era criança e vivia na Coreia ainda pobre e pré-capitalista, também sentia desejos de coisas que não sabia o que era. Isso faz parte da natureza humana. Mas, eu não sentia desejo, muito menos a necessidade de ir a um shopping center para tentar encontrar e comprar esse objeto de desejo não identificado. Esse desejo de “comprar”, de preferência em lojas bonitas do shopping center é algo típico do capitalismo, da cultura capitalista. E esse modo de desejar penetra nas partes mais profundas da pessoa desde muito pequeno e parece fazer parte da nossa própria natureza humana.

Compreender melhor como funciona o desejo é fundamental para uma vida saudável. Somos seres de desejo. É claro que temos necessidades, não podemos negar. Mas, fundamentalmente somos seres movidos por desejo. Só que nem sempre desejamos o que realmente nós desejamos, mas o que outros nos apontam ou nos manipulam para que desejemos. Nem sempre sabemos o que desejamos por detrás das coisas que desejamos. Sem saber dessas coisas, nós nos tornamos frágeis frente às manipulações da sociedade e, em especial, das propagandas.

Eu escrevi este livro com desejo de ajudar, você leitor, a refletir sobre o desejo que os move como seres humanos e de como o capitalismo – com suas técnicas de marketing e propaganda – capturou os desejos do povo e se travestiu como sociedade de desejo. Uma sociedade em que tudo parece girar em torno da realização do desejo, mas que no fundo leva a todos a uma corrida sem fim em busca de um desejo que não sabemos bem o que é.

Cap 2. Por que desejamos o que desejamos?

1. “É obsceno, mas é bom ter o que poucos têm”.

Uns quinze anos atrás, eu li uma reportagem no Wall Street Journal, um dos jornais econômicos mais importantes do mundo, sobre a grande procura, nos Estados Unidos, por trailers extremamente caros e sofisticados conhecidos como “mansões sobre rodas”. As pessoas não queriam mais um simples trailer tradicional; queriam essas “mansões sobre rodas” que custavam de US\$ 120.000,00 a US\$ 800.000,00 e as duas principais empresas fabricantes tinham uma fila de espera de alguns meses.

O fato é antigo e provavelmente essa febre por mansões sobre rodas já tenha passado. Mas, o que me chamou a minha atenção, e acho que vale a pena compartilhar aqui, foi a entrevista dada por um californiano que tinha comprado uma “trailer-mansão” de US\$ 500.000,00. A explicação dele, dada de uma forma bem sintética, poderia ser dada por muitas pessoas do nosso tempo que também compram ou deseja comprar objetos que, à primeira vista, são caras demais em relação à sua utilidade nas nossas vidas.

Ele disse que “o investimento é obsceno, mas, é bom ter algo que pouca gente tem”. Isto é, ele admite que é um erro, não faz muito sentido, pagar tanto por um trailer, mas que é bom compra-lo. É obsceno, ou bom? Precisamos entender essa resposta que contém dois juízos opostos. Quase todos nós já passamos por experiência semelhante de chegarmos a conclusões que tentam conciliar dois juízos opostos. Isso mostra que na nossa sociedade e dentro de nós mesmos temos duas ou mais lógicas conflitantes de pensamento e de julgamento. Para entendermos melhor essas contradições que vivemos e como funciona as nossas decisões em relação ao que desejamos, vejamos com mais calma o que estava em jogo na compra desse trailer.

O objeto comprado por esse californiano foi um trailer: um objeto que acooplamos no carro e saímos para campo, montanha ou praia para usarmos como lugar de acomodação em férias ou passeios. É uma “casa móvel” que nos permite ir a lugares distantes dos hotéis ou algo parecido e aproveitar do contado direto e perto

com a natureza. Neste sentido é bastante útil para quem gostar de aventuras ou contato com a natureza. Uma pessoa ou família que gosta de fazer esse tipo de viagem, e que não esteja aposentado, pode usar o trailer algumas vezes ao ano; especialmente nas férias ou nos feriados prolongados.

Nesta perspectiva de utilidade, uma pessoa que está financeiramente bem pode gastar alguns milhares de dólares para comprar um. Isso faz sentido. Mas, não faz muito sentido pagar US\$ 500.000,00 por um trailer, mesmo que seja de muito luxo. Primeiro, porque pessoas que fazem questão de luxo nas suas férias preferem ir a hotéis de luxo; e um trailer, por mais que seja luxuoso, sempre significa aventura e vida em contato direto com a natureza. O que significa uma vida mais simples. Aliás é exatamente esse o motivo de ter um trailer: ter experiências de aventura e passeio que sejam diferentes das que temos nas grandes cidades, com suas comodidades modernas e luxo.

Além disso, do ponto de vista da racionalidade econômica, não faz muito sentido pagar US\$ 500.000,00, ou mais, para um trailer que, assim que sai da loja, já perde quase 30% do valor, US\$ 150.000,00. E uma pessoa que tem todo esse dinheiro, e não está aposentada, deve ser alguém que tem um trabalho de muita responsabilidade e, por isso, não pode viajar muitas vezes durante o ano para aproveitar desse objeto de desejo. E essas pessoas que compraram ou estavam na fila esperando para comprar esse luxuoso trailer devem ser pessoas com bom senso de racionalidade econômica, pois se não fossem não teriam ganho tanto dinheiro.

Do ponto de vista da utilidade do objeto e da racionalidade econômica, pagar todo esse valor é, como o próprio comprador diz, um “investimento obscuro”. Uma pessoa de posse e com bom senso, compraria um trailer bom suficiente para o que deseja fazer, mas muito menos caro. Porém, o que prevaleceu não foi o bom senso ou a racionalidade econômica. O que venceu foi o julgamento “mas é bom”.

Precisamos entender porque ele achou bom comprar uma mercadoria que, pensando bem, é um gasto obscuro. Isto é importante, porque na luta que ocorreu dentro dele venceu a parte que viu que era bom realizar o desejo de ter aquela mansão sobre rodas; e a parte mais lúcida e de bom senso, que olha para a utilidade e o valor econômico, perdeu. Assim, pagou US\$ 500.000,00 por um trailer que vai usar pouco e que vai perder muito do seu valor econômico em pouco tempo.

À primeira vista poderíamos pensar: ele desejou tanto comprar esse trailer porque, realmente, esse trailer deveria ser muito bom, muito desejável. É assim que nós pensamos sobre o desejo: eu desejo algo ou alguém porque esse objeto ou essa pessoa é desejável; eu desejo por causa das qualidades intrínsecas do objeto de desejo. Porém, a explicação do comprador nos indica um caminho diferente. Ele diz: “mas é bom ter algo que poucos têm”.

Nesta resposta aparece o motivo que o fez ver o objeto como algo muito bom, que vale a pena pagar US\$ 500.000,00, quando a sua parte mais racional dizia que não valia a pena comprar. O principal motivo que o fez desejar não foi a utilidade ou o valor intrínseco do trailer, mas o fato de que “é bom ter o que poucos têm”. O que dá valor ao objeto não são as qualidades do objeto, mas a sensação “eu tenho o que outros não podem ter”.

A razão do desejo não está no objeto, mas nessa relação: eu tenho o que muitos outros não têm. Na verdade, essa explicação do comprador não diz tudo. Há algo que precisa ser acrescentado para que faça sentido plenamente. Não é o simples fato de eu ter o que muitos não têm que me faz ver o objeto como bom e desejável. Imaginemos que eu tenha um objeto estranho e velho que ninguém tem e que ninguém deseja ter ou que ninguém acha que é bom. A posse desse objeto não me dá essa sensação de que “é velho e estranho, mas é bom ter o que outros não têm”. Não é porque um objeto é raro ou possuído por poucos que automaticamente vai ser visto com bom e desejável a ponto de gastar uma fortuna por ela.

O que fez o californiano pagar tanto dinheiro por aquele trailer não foi o fato de que poucos têm, mas o fato de que muitos desejam e poucos podem ter. E quanto mais caro, muito menos pessoas podem realizar o desejo de ter e assim muito mais pessoas terão inveja das poucas pessoas que podem ter. Este sentimento “é bom!” que faz compensar pagar tanto dinheiro não nasce da utilidade do trailer, mas do fato de ter o que muitos desejam ter e não podem e por isso invejam os poucos que podem comprar.

O grande desejo por mansão sobre rodas não nasce do valor intrínseco do trailer, mas do fato de que muitos desejam e poucos podem realizar esse desejo. É o olhar de desejo e inveja dos outros que faz o objeto ser desejado. O “bom” está em ser reconhecido pelos outros pelo fato de possuir algo que muitos desejam e só poucos

têm. Este é o segredo do desejo. Mas, para entender melhor esse processo, precisamos ver antes algumas questões importantes. Por isso, retomaremos esse tema mais adiante.

2. Desejo que nasce da inveja alheia.

Cada tempo, cada lugar e cada grupo de pessoas têm os seus objetos de desejo que são comentados por todos. A história do desejo por mansões sobre as rodas, que aconteceu nos Estados Unidos há mais de quinze anos, se repete hoje em quase todas as partes do mundo. É claro que os objetos de desejo são diferentes, mas a lógica permanece a mesma. Tomemos como um exemplo o frisson que ocorre todas as vezes que Apple vai lançar um novo modelo de iPhone.

Eu sei que todos nós já estamos acostumados com lançamentos desses produtos famosos. Até parece que se tornaram parte da programação anual da sociedade, assim como antigamente tínhamos as festas tradicionais que marcavam, e ainda em muitos lugares, marcam os momentos importantes do ano. O meu objetivo não é repetir o que todos já sabem, mas apontar para aquilo que não é tão visível nesses acontecimentos. Aquelas questões humanas que dão o verdadeiro sentido ao que fazemos na nossa vida cotidiana. Para isso, o caminho é revermos os acontecimentos que já se tornaram parte “normal” da nossa vida com um olhar diferente.

Na véspera do lançamento de um novo iPhone, formam-se fila de pessoas, especialmente jovens, em frente às lojas para serem os primeiros a comprarem o novo objeto de desejo. Vários chegam a passar alguns dias na fila esperando ansiosamente a hora do lançamento. Eles não querem simplesmente ter o novo modelo de iPhone, eles desejam ser os primeiros a terem. A alegria nos rostos deles quando mostram o novo iPhone aos outros que estão do lado de fora da loja é algo bastante revelador. A euforia e a alegria deles mostram que realizaram um grande desejo, que estão experimentando como é bom ter esse novo smartphone antes de outros. O desejo aqui não é somente do objeto, mas é o desejo de vencer a competição e serem os primeiros a tê-los.

O que se ganha sendo os primeiros? Se o número de aparelhos vendido fosse pequeno, ser os primeiros seria uma garantia de que eles conseguirão, enquanto muitos outros correm o risco de não. Mas, a produção é de milhões de aparelhos. Quando se trata de comprar ingressos de um show ou de um jogo muito importante, é compreensível que pessoas façam filas para garantir a compra antes que os ingressos acabem. Mas, não no caso de iPhone ou de outros produtos de produção massiva. Na verdade, a única recompensa pela longa espera na fila é a boa experiência de serem os primeiros a realizarem o desejo.

Essas cenas rodam o mundo através do Youtube e dos meios de comunicação; são notícias nos principais noticiários dos canais de televisão. Isso acontece não somente porque Apple, ou uma outra grande companhia que produzem mercadorias tão desejadas, tem um ótimo departamento de marketing e comunicação. Essas cenas de esperança perseverante nas filas, de alegria na compra e de inveja disfarçada dos que não conseguem são marcas fundamentais do nosso tempo. Cada vez mais pessoas do mundo entram nesse clima e nesse desejo. Podemos dizer que são alguns dos frutos da globalização econômica e cultural que atinge e modifica a cultura e os valores de todos os povos que são integrados nesse processo.

Se uma pessoa viesse de um outro planeta e visse essas cenas pensaria que esse pequeno objeto nas mãos desses felizardos compradores deve ser realmente muito bom. A alegria dos compradores e a inveja dos que não conseguiram comprar deve levar esses extraterrestres a pensar que esse objeto é algo totalmente novo que vai revolucionar ou transformar para muito melhor a vida das pessoas que os compraram.

Porém, ao conversar com esses jovens apaixonados por esse objeto, esse extraterrestre iria descobrir que, na verdade, eles já tinham um objeto muito semelhante a esse que tanto esperavam e lutaram para conseguir: um iPhone de uma geração anterior. Eles tinham um iPhone6 e agora tem um iPhone7. Com certeza, movido pela curiosidade parecida com que nós humanos da Terra temos, o extraterrestre perguntaria: “qual é a diferença entre o modelo 6 e o 7? O novo modelo faz coisas muito diferentes e melhores do que o anterior?”

Um jovem apaixonado pela tecnologia, que passou 2 noites na fila, poderia responder: “O modelo 7 é mais fino e uns 20 gramas mais leve, mais veloz no seu

processamento que faz um programa abrir uns 3 segundos mais rápido do que o anterior, e tem outras pequenas novidades”. Sem entender bem esse mundo, o extraterrestre poderia insistir: “o modelo anterior não atendia suas necessidades?”; e provavelmente ouviria a resposta: “sim, e na verdade são poucos os que conhecem e usam todos os recursos do modelo anterior”. Então, a pergunta final: “e por que você pagou quase mil dólares para um modelo novo se o anterior era suficiente? Foi por conta de algumas gramas mais leve e alguns segundos mais rápido?”

Talvez, esse jovem respondesse com a mesma impaciência com que meu filho me respondeu: “você não está entendendo! Isso aqui é um iPhone7! Eu precisava comprar e é muito bom tê-lo na minha mão e poder mostrar aos outros”.

Eu sei que é difícil no mundo de hoje, especialmente em sociedades tecnologicamente avançadas, viver sem ter um celular e, de preferência, um que tenha acesso a internet. Vivemos em um tempo em que a velocidade de comunicação aumentou muitíssimo e as pessoas querem contatar outras pessoas em qualquer lugar e qualquer tempo e o acesso à internet via smartphone permite estar conectado a redes sociais que nos dão sensação de mais segurança e pertença. Sem esses aparelhos até a nossa vida profissional fica prejudicada. Por isso, não estou questionando a utilidade e a necessidade de termos telefones celulares.

O que quero chamar atenção é para essa “necessidade” ou forte desejo que faz as pessoas gastarem tanto dinheiro para trocar um aparelho que funciona bem por um outro só porque é modelo novo. Se aplicarmos o raciocínio do comprador da mansão sobre rodas, poderíamos dizer: “não faz muito sentido gastar tanto para trocar o smartphone sem necessidade, mas é bom ter algo que muitos desejam e poucos podem comprar”.

Mas, como sei que todos desejam o novo modelo de iPhone, ou de Samsung? Basta ver por aí. As pessoas que não tem dinheiro suficiente para comprar esses modelos de luxo carregam consigo marcas mais baratas que os imitam. A profusão de imitações e piratarias de mercadorias de marcas famosas (iPhone, iPad, Samsung, Louis Vutton, Prada, Nike...) mostra como todos desejos fluem para as mesmas mercadorias, as mesmas marcas.

Há pessoas que compram smartphone mais simples e/ou baratos olhando pela utilidade deles, procurando um aparelho que atenda às suas necessidades. Mas, há

muitos que compram um aparelho mais barato que imitam os mais caros e desejados ou produtos piratas, como bolsas de marcas famosas, porque no fundo desejam ter o que os mais ricos e famosos podem ter, mas não conseguem. Por isso, se contentam com as imitações ou piratas. Mas, no fundo, não estão contentes porque desejariam ter os produtos originais. Essa inveja, essa a frustração por não poder comprar o que deseja, é o outro lado da sensação boa daqueles poucos que podem comprar e ter o que a maioria deseja, mas não pode.

Quando ninguém tem inveja ou ninguém nos admira, nos olha com respeito, quando conseguimos o que desejamos, o objeto que tanto desejávamos deixa de ser desejável, e não sentimos mais aquela sensação boa de ter algo que muitos desejam e poucos têm. E aí sentimos um vazio dentro de nós e vamos em busca de um novo objeto de desejo capaz de provocar inveja nos outros. Nessa lógica, a nossa satisfação depende da frustração e inveja dos outros.

3. Um carro pequeno e o valor do professor.

Em uma viagem a Seul, Coreia do Sul, em 2014, eu tive uma longa e animada conversa com um professor de teologia de uma das universidades mais importantes da Coreia. Ele tinha estudado e trabalhado por alguns anos nos Estados Unidos e fazia pouco tempo que tinha voltado para Coreia. Ele era também pastor e falamos de muitas coisas sobre teologia, das dificuldades e dos desafios das igrejas cristãs e das mudanças culturais que estavam acontecendo na Coreia nas últimas décadas.

No meio da conversa, falamos sobre a importância do carro como um símbolo de status social nos dias de hoje. Aí, ele me contou de uma conversa que tivera com seus alunos que estavam se preparando para serem pastores. Um deles havia lhe perguntado: “professor, por que o senhor dirige esse carro pequeno?” Eu interrompi a fala dele e comentei: “para mim este seu carro não é pequeno; aliás, eu achei muito bom e bonito”. Ele me explicou que, para a expectativa que os alunos tinham, aquele carro era muito simples e pequeno. Isto é, para eles o carro dele não combinava com o status de um pastor-professor de teologia daquela importante universidade

Na nossa conversa, esse professor tinha comentado que queria ter uma vida simples, sem ostentação ou pressão para comprar coisas luxuosas ou caras que estavam na moda. Mas sem entrar em muitos detalhes, esse professor respondeu aos alunos que ele tinha um carro de acordo com o salário dele. O que também era verdade. Essa resposta gerou um outro problema na cabeça dos alunos: como alguém que ocupa uma função tão importante como de professor universitário e pastor tinha um salário que lhe permitia comprar somente aquele carro pequeno.

Para entendermos melhor este estranhamento, precisamos nos lembrar que no passado recente a profissão de professor, especialmente professor universitário, era vista como de muito respeito e honra. Além disso, nas comunidades cristãs, a função de pastor também é vista como muito respeito porque era uma pessoa a serviço de Deus e do povo da Igreja. Assim, uma pessoa que é professor universitário e pastor é vista como uma pessoa de valor, que merece ser respeitada.

No passado, esse respeito e honra não estava diretamente ligada à questão financeira. É claro que o mestre e/ou pastor também precisa comer e pagar as suas contas. Mas, a honra e o respeito não dependiam da sua riqueza e nem significava mais ganhos financeiros por conta desse respeito. Mas, hoje em dia as coisas mudaram.

Com a cultura capitalista, cada vez mais passamos a associar o valor de um trabalho ou de um profissional com a sua remuneração. Simplificando, pensamos assim: se uma pessoa faz um bom trabalho, merece ganhar mais; e, portanto, se ganha mais, é porque faz um bom trabalho ou exerce uma função de valor para a sociedade. Com isso, diante de tantos tipos diferentes de trabalho e funções sociais, usamos o ganho financeiro como um meio mais claro e fácil de medir e classificar eles.

Assim, se uma pessoa ganha muito, achamos que ela faz bem um trabalho importante e merece ser respeitado. A não ser, é claro, que seja um criminoso público. E se alguém ganha pouco, é porque faz um trabalho mal feito ou um trabalho de pouco valor. É assim que aprendemos a pensar no mundo de hoje. E como o trabalho é um fator importante na caracterização de uma pessoa, quanto mais importante e de valor o trabalho de alguém, mais importante a pessoa. Por isso, achamos que um médico cirurgião é mais importante, tem mais honra e valor e merece mais respeito do que uma pessoa que trabalha recolhendo lixo das ruas.

Todas as sociedades criam formas de hierarquizar tipos de trabalho e tipos de pessoas. Certo ou errado, é assim que as sociedades humanas têm funcionado durante muito tempo. A diferença entre o passado recente e hoje é a relação entre a honra e valor de uma pessoa, incluindo o seu trabalho ou função na sociedade, e o seu ganho financeiro. No passado, um pastor ou professor era respeitado e honrado pela comunidade, mesmo que não fosse rico ou não tivesse muitas propriedades. Hoje, valorizamos e respeitamos pessoas que trabalham ou têm funções na sociedade que lhes rende um bom dinheiro.

No caso do professor e pastor e o seu carro pequeno, o estranhamento e surpresa dos alunos é que eles juntaram duas lógicas de pensamento: o antigo e o atual. De um lado, eles pensam de acordo com a cultura mais tradicional: ser professor universitário e pastor é algo que faz essa pessoa merecer respeito e ser honrado pelos alunos e membros de Igreja porque ele ajuda a comunidade e serve a Deus. Por outro lado, em uma perspectiva da cultura capitalista, sabemos que uma profissão ou um trabalho tem valor e merece respeito porque é bem pago. Logo, a conclusão deveria ser: ser professor de teologia e, ao mesmo tempo, pastor é algo de valor e merece ser respeitado, portanto, ele deve estar ganhando bem. Mas, o seu carro é muito pequeno e não está de acordo com o que se espera de alguém que ganha um bom salário. Logo, ele não deve estar ganhando bem; e se é assim, a sua vida de professor de teologia e de pastor não tem muito valor. Mas, eles acreditam que ser pastor ou teólogo é algo que merece respeito e tem valor.

Daí, para solucionar esse problema de lógica, os alunos precisam perguntar ao professor por que ele tem um carro pequeno. E a resposta do professor confunde ainda mais: o carro corresponde ao salário dele de professor de teologia e de pastor, que não é alto como os alunos esperavam que fosse.

Diante dessa realidade que desmente a expectativa deles, fruto de uma mistura de duas lógicas sociais conflitantes – assim como o do comprador da mansão sobre rodas –, os alunos devem escolher qual a lógica que vai prevalecer nessa confusão. O trabalho de teólogo e pastor tem valor independente do salário; ou o valor do ganho financeiro deve ser o critério do valor e do merecimento do respeito.

A escolha do critério vai mostrar o seu desejo mais fundamental. Eles desejam mais um carro grande luxuoso, porque é bom ter algo que muitos desejam e poucos

têm; ou desejam ser teólogos ou pastores porque a vida de pastor ou professor de teologia tem o seu valor próprio, independentemente do valor financeiro associado a ele.

É claro que alguém poderia dizer: e por que não tentar ser pastor ou professor que ganha bem e pode comprar um carro grande e luxuoso? De fato, temos professores, pastores e trabalhadores em outras profissões que eram valorizadas também na época em que nem tudo era medido por dinheiro e que hoje ganham bem e possuem carros ou outros bens mais caros que são desejados por muitos. Eu não quero discutir aqui essa questão porque o salário ou ganho financeiro depende de diversos fatores. Aqui eu quero chamar atenção para essa identificação entre o ganho financeiro e o valor e a honra de um determinado tipo de trabalho e das pessoas que trabalham nele. Para a cultura dominante hoje, a posse econômica define ou mostra o valor e a importância de uma pessoa ou de uma profissão na sociedade. E todos nós queremos ser pessoas de valor, que sejam respeitadas e bem vistas por outras pessoas de bem da sociedade. Por isso, desejamos ser como essas pessoas que mostram que tem coisas muito desejadas e caras; e para sermos como essas pessoas, desejamos ter essas coisas que eles mostram com orgulho, que são obscenas em termos de investimento ou custo, mas que é muito bom ter.

Sabemos que no passado não era assim. Pessoas que não viveram nessa época diferente do passado, podem ter uma ideia disso quando assistem filmes ou leem livros que mostram a vida e a cultura daquela época, ou quando convivem com pessoas idosas que ainda olham a vida e a sociedade a partir dos valores do passado. Os três casos que analisei neste capítulo mostram exatamente o conflito que surge quando olhamos a vida, as nossas necessidades e nossos desejos a partir de perspectivas conflitantes.

Nos dois primeiros exemplos, a lógica ou os valores do mundo capitalista atual venceu o conflito e o californiano e os jovens compradores de iPhone realizaram o desejo de comprar algo que outros desejam, mas não podem ter. Mesmo reconhecendo que em termos de racionalidade econômica fosse um investimento “obsceno”.

No terceiro exemplo, o professor-pastor escolheu um caminho diferente. E sua opção não foi em nome da racionalidade econômica. Ao explicar para mim o porquê do carro

“pequeno”, ele não me disse que era por uma razão econômica, isto é, porque o custo de investimento em um carro pequeno e mais barato era mais racional em termos de cálculo econômico e de acordo com o seu salário. Se fosse só por razão econômica do salário, ele provavelmente teria inveja das pessoas que tem carros de luxo e desejaria ter um salário maior para poder comprar um carro maior. A principal razão que ele me falou, de uma forma bem natural, foi que ele deseja viver uma vida mais simples. Ele deseja viver um desejo diferente da maioria da sociedade.

Cap 3 Para viver necessitamos de comida, mas também de reconhecimento.

Quando falamos sobre o desejo, é importante nos lembrarmos de que a vida não se resume em desejos ou na busca da satisfação dos desejos. Somos seres de desejo, mas também de necessidades. Precisamos satisfazer nossas necessidades básicas para nos mantermos vivos, mas, ao mesmo tempo, não nos basta satisfazer necessidades porque desejamos coisas que não necessitamos. Muitas vezes, sentimos necessidade de obter coisas que desejamos. Isto é, no nosso cotidiano, sentimos confusão entre o que é necessidade e o que é desejo.

Neste capítulo vamos tratar um pouco dessa relação entre as necessidades básicas da vida humana e os desejos.

1. Nós não temos a vida, apenas vivemos.

O ser humano, como todos os seres vivos possui um conjunto de necessidades que precisa ser satisfeito para continuar vivo. Ele precisa comer alimentos saudáveis e beber líquidos potáveis para repor as energias gastas no dia a dia, assim como precisa descansar, dormir, ter um lugar para se proteger das intempéries – especialmente em lugares muito frios– e das ameaças da natureza. Nós podemos escolher que tipo de comida desejamos comer, mas não podemos escolher se queremos ou não comer por muito tempo.

A necessidade de cuidar constantemente do nosso corpo, comendo, bebendo e cuidando das enfermidades, nos mostra que a vida não é algo que nós temos e podemos guardar em algum lugar seguro para não perder. Nós vivemos, mas não somos possuidores da vida, como possuímos coisas sobre as quais nós temos propriedade e controle. Os cientistas já discutiram muito sobre o que é a vida e nem todos estão de acordo com as definições que conseguem chegar. Não é nosso interesse aqui discutir em que consiste a vida, mas é importante termos algumas noções porque não há desejo se não há uma pessoa viva que deseja. E o desejo tem importante relação com o nosso viver.

Um jeito mais fácil de discutir sobre a vida é pelo caminho de perguntar como um ser vivo, em especial um ser humano, consegue manter-se vivo. Todos os seres vivos, começando da ameba até chegar no ser humano, precisam retirar ou produzir a partir dos elementos do seu meio ambiente as coisas necessárias para a reprodução da sua vida, ou como dizemos mais simplesmente, para a sua sobrevivência. Se o meio ambiente é muito hostil ao ser vivo em questão e não lhe oferece nenhuma possibilidade de reprodução da vida, esse ser não poderá mais viver. Tomemos como um exemplo um peixe que vive no fundo do mar. Se ele for tirado do mar e colocado vivo em algum outro meio ambiente sem água salgada – por ex, em uma caixa no convés de um navio –, ele lutará por um tempo e depois morrerá. O inverso ocorreria com o ser humano se fosse jogado para o fundo do mar sem nenhum equipamento que lhe fornecesse oxigênio. Quando o meio ambiente muda drasticamente e o ser vivo não tem capacidade de adaptação a esse novo meio, não há como manter-se vivo.

Nesta relação entre o ser vivo e o seu meio ambiente, é importante destacar que o ser vivo precisa saber interpretar as informações que vem do meio ambiente e saber agir de acordo com essas informações para realizar o objetivo de manter-se vivo. Tomemos como um exemplo, um gato. Ele precisa saber a diferença entre um cachorro e um rato e também a diferença entre os ruídos e cheiro dos dois antes que eles estejam à vista. Se não, corre o risco de ser pego pelo cachorro ou de não conseguir caçar o rato.

Neste sentido, podemos afirmar que sem conhecimento adequado ao meio ambiente não é possível viver. Em outras palavras, conhecimento é condição de sobrevivência. Por isso, alguns cientistas importantes no estudo do “viver”, como Umberto Maturana e Francisco Varela disseram que “conhecer é viver; viver é conhecer”. A grande diferença entre os seres humanos e outros seres vivos é que nós nascemos com poucos conhecimentos inato, enquanto que outros seres vivos nascem com conhecimentos necessários para sobrevivência já inscritos no seu código genético ou nos seus instintos. Há casos de animais mais complexos que aprendem algumas artes de sobrevivência após o nascimento, mas a espécie humana é a espécie que mais precisa aprender e que não é capaz de sobreviver sem um conjunto mínimo de aprendizagem após o nascimento.

Conhecemos casos de crianças que foram abandonadas logo após nascimento e foram criadas por outros animais, como o caso das duas crianças da Índia que foram criadas por lobos. Quando elas foram encontradas por pessoas de uma vila tinham comportamentos mais parecidos com os de lobos do que de seres humanos. Isto é, nós nascemos com o potencial de nos tornarmos plenamente humanos, mas precisamos aprender a ser humano no processo de criação. Gatos não precisam ir à escola ou educação para viver como gato, nós humanos precisamos. Sem a educação, não nos tornamos humanos, não sabemos como e o que é ser humano.

Enquanto outros seres vivos, vegetais e animais, já nascem com determinação genética ou com instintos suficientes para guia-los na forma de interagir com o seu meio ambiente para manter-se vivo, nós humanos precisamos criar procedimentos e instrumentos – que faz parte do que chamamos de cultura – para retirar do meio ambiente o conjunto de bens necessários para a sobrevivência. E neste processo de criação da cultura e de trabalho para a produção dos meios necessários para viver, nós humanos aprendemos o que é ser um ser humano.

2. Aprendemos porque imitamos.

Nós não sabemos bem como esse processo de criação da cultura humana começou no início da humanidade. Mas, sabemos que após a primeira geração de criadores dos rudimentos da cultura humana, surgiu a tarefa de ensinar às gerações seguintes o uso dos instrumentos e procedimentos para obter as coisas necessárias para a sobrevivência. Além dessa aprendizagem das questões técnicas e operacionais, as crianças precisam também aprender as regras básicas de convivência no grupo, o que pode ou não pode fazer, e os seus deveres e suas funções no grupo. É assim que aprendem a se comportar como um ser humano.

Para entendermos melhor esse desafio de aprender a tornar-se um ser humano, precisamos nos lembrar que nós possuímos um cérebro muito mais complexo comparado com outros animais superiores. Essa complexidade é a razão de nós nascermos sem instinto forte que faça todos os seres humanos agirem de modo muito parecido para resolver os seus problemas de sobrevivência. Todas comunidades humanas precisaram e precisam resolver alguns problemas comuns, como produzir

comida e construir moradias, sejam permanentes ou temporárias. As mais diversas formas de solucionar esses desafios comuns mostram a riqueza de possibilidade do nosso cérebro e das interações sociais.

Em certo sentido, podemos dizer que essa complexidade do corpo humano, com seu cérebro e mente, é a condição para o que nós chamamos de liberdade. Não estamos pré-determinados e podemos escolher o nosso caminho. Por outro lado, essa possibilidade de liberdade – que pode ser negada em relações sociais de dominação que nega a liberdade do mais fraco – tem o seu preço: nós ficamos meio perdidos diante de tantas possibilidades ou tantos caminhos à nossa disposição. Quando temos muitas opções à nossa disposição, podemos nos sentir perdidos.

Voltemos à questão de como as crianças podem aprender as formas de trabalho e de relacionamento na comunidade que lhes permita aprender a viver como seres humanos. Quem já lidou com crianças pequenas fica surpreendido com a capacidade delas de aprender novas coisas. Como conseguem aprender a se comportarem como crianças humanas antes mesmo de aprender a falar, isto é, antes de aprender a linguagem dos adultos e entender as instruções dadas pelas pessoas que as cuidam?

A resposta para nossa capacidade de aprender é que somos programados para imitar. Isto é, aprendemos mais rapidamente a fazer certas coisas ou a comportar-nos de acordo com as regras do grupo e as expectativas de outras pessoas porque nascemos com um dispositivo que nos ensina a imitar outras pessoas. À primeira vista isso pode soar estranho e até, em certo sentido, meio ofensivo. Nós costumamos pensar que são os macacos que imitam; que a imitação é uma característica dos macacos e não dos seres humanos evoluídos. Macacos também imitam, mas nós seres humanos também temos essa capacidade e é por imitação que aprendemos muitas coisas.

É claro que há diferença entre a imitação dos macacos e dos seres humanos. Pois, nós humanos temos um cérebro e uma mente muito mais complexa do que outros animais e, o mais importante, somos seres com possibilidade de viver a liberdade. O processo de imitação entre humanos se dá dentro de um ambiente muito mais complexo e livre do que dos macacos e de uma forma muito mais sofisticada. Entretanto, essa diferença não significa que a imitação não seja algo importante e

benéfico para seres humanos. É claro que também traz problemas, como veremos mais adiante.

A importância dessa capacidade de imitar já foi destacada pelos filósofos da antiguidade, como Platão e Aristóteles. Eles falaram do papel da imitação no processo de aprendizagem; de como aprendemos a fazer coisas ou a nos comportar segundo as regras da sociedade através da imitação. Olhamos como outros fazem e imitamos até que memorizamos e fazemos por nossa conta.

Esse processo aparece claramente, por exemplo, em uma aula de balé ou de dança. O professor mostra o movimento do corpo e pede aos alunos que tentem repetir, isto é, tentem imitar. Assim como um caçador mestre ou um artesão mestre ensina os movimentos aos seus aprendizes e esses devem imitá-lo. Sem essa capacidade de imitação, seria muito difícil para a nova geração aprender rapidamente o modo de trabalhar ou de agir e a comunidade teria sérios problemas para conseguir resolver as suas necessidades básicas para sobrevivência e atingir outros objetivos sociais.

Esta característica humana de imitação, notada já há muito tempo, tem hoje uma explicação mais científica. Os neurocientistas descobriram que há neurônios no nosso cérebro que tem exatamente essa função de nos permitir aprender por imitação. Esses neurônios são chamados de “neurônio espelho”. Esses neurônios têm também outras funções, como permitir que nós sintamos empatia, isto é, sentir o que outras pessoas estão sentindo colocando-nos no lugar delas. Mas, esse é um assunto que vai nos desviar do nosso tema. Por isso, eu quero focar na função de aprendizagem por imitação desses neurônios. Na verdade, mesmo sem explicação científica sobre os neurônios responsáveis por imitação e aprendizagem, a sabedoria humana acumulada durante séculos nos mostram isso.

Alguém poderia argumentar que nós imitamos uns aos outros porque fomos condicionados socialmente para isso e que, por isso, podemos nos livrar desse condicionamento e aprender a viver sem imitar uns aos outros. É claro que os cientistas também pensaram nessa possibilidade e já fizeram experiências científicas para testar essa hipótese. O mais conhecido experimento que mostra que não imitamos somente por influência social foi feito com uma criança recém-nascida. Com a autorização da mãe, o médico pegou a recém-nascida na própria sala do parto e

esperou ela abrir os olhos. Trinta minutos após o parto, a criança abriu os olhos e a primeira coisa que viu foi o rosto do médico que lhe mostrava a língua. A recém-nascida também tirou a língua para fora da boca e mostrou ao médico, exatamente como o médico tinha feito. Isto é, ela imitou o médico sem ter nenhuma noção do que estava fazendo e, é claro, sem nenhuma influência cultural externa que a condicionasse imitar.

Essa menina não aprendeu muita coisa imitando o médico colocar a língua para fora. Mas, provavelmente, ela aprendeu o que é ser uma menina no mundo dela imitando a sua mãe e irmãs ou meninas mais velhas. Entender isso é muito importante para compreendermos porque somos como somos, vivemos como vivemos e desejamos o que, na verdade, não é o nosso desejo.

3. Necessidade de reconhecimento.

Além do conjunto de necessidades básicas de comer, beber, dormir, proteção contra os perigos da natureza etc , que podemos chamar de necessidades orgânicas, temos um outro tipo de necessidade básica que não aparece em estatísticas: a necessidade de reconhecimento, ser visto por outra pessoa como alguém, ser reconhecido como ser humano. À primeira vista, essa necessidade poderia ser classificada como uma necessidade existencial e, portanto, não básica para sobrevivência. Outros até poderiam dizer que desejamos ser reconhecidos, mas não necessitamos para sobreviver e, por isso, não faz parte do conjunto de necessidades básicas do ser humano.

Quando falamos de tipos de necessidades e da diferença entre necessidade e desejo, quase todos nós somos influenciados, sabendo ou não, pelo famoso esquema proposto por Abraham Maslow. Ele pensou relação entre necessidade e desejo em forma de uma pirâmide, onde as necessidades fisiológicas (como a fome, a sede, o sono...) estão na base, acima desses as necessidades de segurança, (de sentir-se seguro em uma casa, emprego estável...); depois as necessidades sociais ou de amor (afeto, afeição e sentimento de pertencer a um grupo), e acima desses as necessidades de estima ou de reconhecimento das nossas capacidades pessoais e, por fim, no topo

da hierarquia, as necessidades de auto realização, de tornar-se aquilo que o indivíduo pode ser.

Na definição de cada nível desse esquema não aparece explicitamente a palavra desejo, mas quanto mais distante do nível inferior, onde está localizada o conjunto de necessidades fisiológicas básicas, mais relação com o desejo. Por isso, a noção de desejo aparece comumente na explicação dos níveis superiores quando se fala do desejo de estima e de autorrealização.

Penso que esse esquema nos ajuda a entender os diversos tipos diferentes de necessidades, mas se interpretado de modo linear, de baixo para cima, pode nos induzir ao equívoco de pensar que os desejos só aparecem ou só precisam ser satisfeitos após a satisfação das necessidades básicas. As relações entre os diversos tipos de necessidades ou desejos não se dão de forma linear, de baixo para cima, mas de uma forma mais complexa; e o que é visto como necessidade “existencial”, isto é, não fisiológica ou orgânica, também tem impacto no corpo.

Os estudos com crianças mostram que o contato “olho a olho” com pessoas que as cuidam e lhes querem bem faz uma diferença enorme no crescimento físico, intelectual e psicológico delas. Por exemplo, um estudo feito com crianças que foram atendidas em dois orfanatos na guerra civil na divisão da antiga Iugoslávia mostra diferenças significativas no crescimento e amadurecimento das crianças. Os dois orfanatos ofereciam o mesmo tipo de alimentação, que era suficiente para as necessidades orgânicas delas, mas a grande diferença é que um tinha o pessoal suficiente para dar atenção e afeto às crianças e o outro só tinha pessoal capaz de prover as necessidades orgânicas. Após o término da guerra verificou-se que as crianças que não receberam afeto tinham crescido menos do que deveria, desenvolvido menos capacidade intelectual do que era esperado para idade deles e menos desenvolvimento psicológico. Enquanto que as crianças do orfanato que receberam afeto e atenção não tinham esses problemas, apesar de todo impacto da guerra na vida delas.

As crianças não são como “esponjas” que recebem tudo o que lhes é oferecido pelo meio ambiente, mas são seres que interagem e nessa interação crescem fisicamente e se desenvolvem intelectual e emocionalmente. Sem interação com pessoas que lhes ofereçam afeto, isto é, que lhes reconheçam como pessoas queridas

e, portanto, importante e de valor, as crianças são afetadas na integridade do seu ser. E alguns desses efeitos podem marcar a vida dessas pessoas para sempre.

Os efeitos da ausência de reconhecimento, do contato “olho no olho”, não afeta somente as crianças. O caso extremo de uma pessoa colocada em cela solitária nos dá uma ideia do efeito da ausência de reconhecimento, da experiência de contato “olho no olho”, na pessoa. Uma pessoa na solitária tem o contato com o guarda responsável para checar se ele ainda está vivo e para lhe dar comida e para retirar os vasilhames da refeição. Mas, como isso é feito através de pequenas portinholas, o prisioneiro não tem contato “olho no olho” com ninguém por longo período. Os estudos mostram que ausência desse contato produz nele sérios efeitos psíquicos e corporais negativos, que podem levar a depressão e, se for por muito tempo, até loucura. O que lhe dói não é estar trancado só, mas a falta de “olho no olho”, contato que estimula o cérebro a produzir elementos bioquímicos que ele precisa para manter-se são.

Além desses exemplos que vem dos estudos científicos e mostram a necessidade orgânica de reconhecimento, nós podemos perceber essa necessidade olhando a nossa vida cotidiana. Imaginemos uma pessoa que foi abandonada por alguém que amava muito e desejava passar o resto da sua vida com ela. A dor do abandono e o sentimento de ser traída leva essa pessoa a ficar prostrada na cama, sem querer sair do quarto. A sua mãe entra no quarto e pede que lave o rosto e saia do quarto e ela retruca: “para quê?”. E a resposta “para quê?” nos revela o problema. Sair do quarto e ir trabalhar ou fazer algo exige um para quê, uma razão para nos tirar da inércia.

Quando nos sentimos prostrados, abandonados ou fracassados, a vida parece que perde o sentido e, enquanto não recuperamos a resposta para a pergunta “para quê?”, não encontramos força para lutar e seguir a vida em frente. Essas situações de crise nos mostram que, para ser humano, não basta estar vivo. É preciso encontrar o sentido de viver, um motivo que nos faça lutar e superar as dificuldades que surgem. E, como disse o famoso filósofo Nietzsche, quem tem uma razão de viver (o para quê viver) é capaz de suportar quase todo tipo de como viver. Por outro lado, quem não tem uma razão para viver, nenhum tipo de “como viver”, por mais luxuoso que seja, lhe satisfaz.

A força para lutar pela vida ou por uma vida melhor vem da razão de viver, do desejo de viver de acordo com o sentido de vida que abraçou, mas também do reconhecimento de que é uma pessoa de valor. Pois, uma pessoa que se sente sem nenhum valor, talvez porque foi abandonada pela pessoa que lhe é muito importante, acha que não vale a pena lutar, porque a vida dela não vale a pena e isso porque ela não tem valor.

Sentir-se uma pessoa de valor é fundamental para encontrar forças para lutar. Mas, como se dá esse processo? Qual a diferença entre uma pessoa que se sabe ser uma pessoa com valor e outra que se sente sem valor? Ou, o que acontece em nós quando passamos de um estado de nos sentirmos sem nenhum valor para o estado contrário de encontrarmos forças para lutar, porque nos sentimos com valor e dignidade? O que me faz me olhar de modo diferente?

Aqui temos um ponto fundamental na compreensão de nós mesmos. Muitos pensam que se conhecem e se veem a si mesmos; sabem o que desejam e quem são. Mas, na verdade ninguém pode se olhar a si próprio. Mesmo quando me olho no espelho, o que eu vejo é uma imagem de um rosto, que sei que é meu, mas a imagem por si não me possibilita me ver. Pois, eu sou mais do que essa imagem. Eu tenho uma interioridade que me faz um ser humano; uma interioridade que nenhuma fotografia é capaz de capturar.

É pelo olhar do outro que vejo o meu valor. Nos momentos de tristeza e frustração, quando me sinto sem valor ou impotente, é o olhar de afeto e de confiança das pessoas que eu estimo que me faz me ver de modo diferente. Assim como, um olhar de repreensão de um mestre que admiro me faz sentir menor, menos capaz do que pensava antes desse olhar.

Para vivermos como seres humanos necessitamos que outras pessoas nos reconheçam como seres humanos. Se ninguém me reconhece como um ser humano, ninguém me mostra afeto e assim me confirma que sou alguém que merece viver, minha autoestima tende a zero. O caminho que se me apresenta é o de suicídio, que pode ser imediato em casos extremos ou um suicídio lento de autodestruição.

Sentir-se respeitado, reconhecido como ser humano que merece afeto, é uma necessidade básica. É por isso que as crianças necessitam de olhares de amor e afeto da mãe e de outras pessoas para se desenvolver corporal, intelectual e

psicologicamente. Mesmo depois de adulto, sem esse reconhecimento a vida se transforma em um castigo a ser suportado.

4. A fome e o reconhecimento humano.

Na minha última viagem a Seul, uma cena me marcou muito. Eu estava descendo a escadaria de uma estação de metrô e vi um homem em uma posição que me lembrou mulçumanos em oração: de joelhos e a cabeça prostrada no chão. Fiquei surpreso porque não imaginava ver um mulçumano em oração no meio da escadaria, onde havia um espaço plano mais amplo dividindo a escadaria em dois níveis. Ao chegar mais perto, vi que era um senhor de idade pobre pedindo esmola, pois vi que logo em frente a sua cabeça com o rosto colado no chão havia um pequeno prato com algumas moedas. Fiquei com dor no coração porque, para mim, era uma cena extremamente humilhante.

Eu já tinha visto muitos mendigos pedindo esmola em muitos países, mas nunca naquela posição de total humilhação. Normalmente as pessoas que pedem estão sentadas no chão e olham no rosto dos transeuntes ao pedir esmola ou ajuda. Eu não comentei esse fato com ninguém na viagem e, por isso, não sei se isso é comum entre os pedintes em Seul e, muito menos as razões daquele senhor.

Talvez ele estivesse com muita vergonha e preferia pedir sem olhar para ninguém, talvez estivesse em uma situação desesperadora e achou que assim pudesse conseguir mais ajuda. Quem sabe? O que sei é que viver com vergonha ou sob humilhação deixa profundas marcas no corpo. O corpo se curva, como se estivesse sob um imenso peso da culpa, o rosto fica duro, e o olhar se perde e se volta para chão. É uma vida dura e pesada. Só quem nunca passou fome ou nunca ouviu histórias dessas pessoas é capaz de dizer: “pobre é pobre porque quer”.

Diante da cena de humilhação desse homem pedinte, alguém poderia dizer, baseando no esquema de Maslow, de que é primeiro preciso satisfazer a necessidade da comida e deixar o orgulho para depois, pensar nisso após encher a barriga. Outro poderia dizer que um mendigo não merece respeito, reconhecimento como gente, portanto tanto faz a posição que ele fica. Entretanto, eu penso que não é possível separar a fome da autoestima e o desejo de reconhecimento.

Não há dúvida de que a fome e a sede são problemas mais urgentes de que o orgulho pessoal, pois ninguém consegue sobreviver muito tempo sem comer ou beber água potável, enquanto que a humilhação aparentemente não mata. Porém, o ser humano é mais do que estômago e o reconhecimento como ser humano é também uma necessidade básica. A dor da fome passa quando comemos, mas se essa fome vem acompanhada de experiência de humilhação – seja da parte da pessoa que dá comida com desprezo, ou porque a fome dos pobres não é um problema importante para a sociedade – a dor é muito mais profunda. A dor da humilhação leva muito tempo para ser curada e é preciso um remédio diferente. Comida mata a dor da fome, mas não a da humilhação.

Podemos ver no ato simples e cotidiano de comer essa estreita relação entre esses dois tipos de necessidades básicas, as necessidades orgânicas e a necessidade de reconhecimento. Quando digo relação entre esses dois tipos de necessidade, quero dizer que são diferentes, mas que uma não pode ser compreendida sem a outra. Para satisfazer necessidade de alimentação, precisamos comer uma quantidade mínima de comida que seja saudável, isto é, responda às necessidades do corpo. E para satisfazer a necessidade de reconhecimento, não é necessário que se coma. Porém, não podemos viver só com reconhecimento, sem comida; assim como só comida, sem reconhecimento não basta.

Imaginemos uma refeição muito gostosa, saudável e em grande quantidade. Tudo o que uma pessoa com fome deseja. Só que essa refeição deve ser comida junto com uma pessoa que te humilha sistematicamente e você sabe que ele vai te humilhar novamente à mesa. Em uma sala ao lado, também há uma refeição servida, só que muito mais simples e menos apetitosa; com outra diferença: sem ninguém que te humilha. Você pode escolher entre essas duas opções. Provavelmente você escolheria o segundo, porque refeição é mais do que engolir comida, é um modo de viver a nossa vida humana e nós queremos evitar humilhações.

Acrescentemos uma terceira opção: há uma outra sala, onde a comida é pouca e todos terminarão a refeição sem encher a sua barriga, só que os participantes da mesa são seus amigos, pessoas que reconhecem a sua humanidade. A não ser que você estivesse em um estado muito grave de subnutrição e precisasse comer o máximo possível, você provavelmente escolheria a terceira sala. Pois, a vida vale a

pena ser vivida quando estamos em experiência de mútuo reconhecimento. É claro que esse mútuo reconhecimento sem comida não permite que nós continuemos vivos. Por isso, muitas vezes somos forçados a nos submeter a relações de humilhação ou de falta de reconhecimento para podermos sobreviver; mas em algum lugar precisamos experimentar o reconhecimento para que sintamos que somos seres humanos e que vale a pena lutar para viver como humanos. Quem desiste de viver como um ser humano acaba levando uma vida subumana: consegue satisfazer as necessidades orgânicas, mas não a de reconhecimento como ser humano.

A história nos mostra que existiram muitas pessoas que correram risco de morrer ou que morreram na luta para que fossem reconhecidos como seres humanos de valor e honra. Preferiram morrer do que viver como subumanos. Essa é força da necessidade e desejo de reconhecimento como ser humano.

Após essas reflexões sobre dois tipos de necessidades humanas, surgem novas perguntas: se é tão importante ser reconhecido como ser humano; queremos ser reconhecidos por quem? Serve reconhecimento de qualquer um? E se nascemos sem saber como é ser humano, como vou saber o caminho para ser reconhecido como ser humano? O que devo fazer ou ter para ser reconhecido como um ser humano?

Cap 4. Necessidade e desejo de reconhecimento.

Hegel, um dos grandes filósofos da história, disse que o propriamente humano do ser humano se inicia quando o desejo de reconhecimento se torna mais importante do que o instinto biológico de preservar a vida. Em outras palavras, o instinto de sobrevivência é algo comum a todos os animais e o que faz o ser humano ir além da condição animal que comparte com outros animais é ser capaz de colocar em risco a sua sobrevivência por causa desse desejo de reconhecimento.

Quando dizemos que o desejo de reconhecimento é uma característica fundamental do ser humano e também uma condição necessária para ele se afirmar como humano, estamos falando de uma relação complexa entre necessidade e desejo. Reconhecimento é um desejo ou uma necessidade?

O indivíduo humano para se afirmar e se realizar como ser humano necessita antes de mais nada satisfazer suas necessidades orgânicas básicas para se manter vivo. Porém, isso não é suficiente para ele. O ser humano deseja sentir-se “vivo” como ser humano, e para isso necessita ser reconhecido por outras pessoas. Quando esse reconhecimento é negado pela sociedade ou por grupos sociais importantes, esse indivíduo pode assumir atitudes ou lutas em busca do seu reconhecimento, lutas essas que podem colocar em risco a sua própria vida. E quando assume esse risco, ele realiza aquilo que nele é propriamente humano.

Para entendermos melhor essa questão fundamental, vamos olhar com calma alguns aspectos envolvidos no “reconhecimento”.

1. Reconhecer e ser reconhecido.

A palavra reconhecimento deriva do verbo reconhecer, que tem vários sentidos. Vejamos alguns. Quando eu reconheço alguém no meio da rua, eu estou identificando a imagem de alguém que já tinha visto antes. Quando eu reconheço a voz de alguém, estou conseguindo distinguir as qualidades específicas dessa voz que a diferencia da voz de outras pessoas. Quando eu reconheço que eu fiz algo errado,

estou admitindo um erro. Quando soldados são enviados para fazer um reconhecimento de um lugar, eles vão observar com cuidado para ver se há algum perigo. Nesses vários sentidos do verbo reconhecer ou da palavra reconhecimento, há uma coisa em comum: o ponto de referência da frase é o sujeito que reconhece. A relação é entre o sujeito que reconhece e o objeto que é reconhecido. Mesmo que o objeto reconhecido seja uma pessoa, como no caso de eu reconhecer o rosto de alguém no meio da multidão, essa pessoa é o objeto da minha ação de reconhecer.

Nessa relação, o “eu” do sujeito da frase é o polo central e tem o controle da ação. A eficácia ou não da ação de reconhecer depende do sujeito. Neste sentido, o mundo onde acontece esse reconhecimento gira em torno do “eu”.

Só que quando falamos da necessidade ou desejo humano de reconhecimento, a lógica muda profundamente. O desejo não é de reconhecer alguém ou algo, mas é de “ser reconhecido” por alguém. A frase muda da voz ativa para voz passiva. O desejo de ser reconhecido é um desejo em que a ação do “eu”, do ser desejante, não controla a relação, nem o “eu” é o sujeito principal. O desejo de ser reconhecido é uma relação diferente da relação sujeito-objeto.

Esse é uma questão fundamental na nossa discussão. Por isso, quero tratar isso com mais calma. Quando falamos da relação sujeito-objeto, a noção de objeto aqui não significa necessariamente uma coisa, pode ser também uma pessoa que na relação ocupa o lugar de objeto ou é tratado como objeto. Voltando ao exemplo de eu reconhecer o rosto de uma pessoa no meio da multidão, podemos ver que a pessoa que foi reconhecida é objeto do meu reconhecimento. Ela não participa com nenhuma ação no meu ato de reconhece-la. Todo processo depende exclusivamente da minha capacidade de buscar na minha memória a imagem da pessoa que já conhecia e a identificar com a pessoa que está no meio da multidão. Hoje em dia há programas de computador e equipamentos sofisticados que podem reconhecer e assim encontrar pessoas no meio da multidão. Neste caso, o sujeito da ação de reconhecimento é o sistema de vigilância formada de computadores e câmeras e a pessoa reconhecida e encontrada é objeto dessa ação.

Nesta última frase, a ordem de acontecimentos é a seguinte: a pessoa é reconhecida e, por isso, encontrada. À primeira vista poderíamos pensar que a coisa funciona em ordem inversa: a pessoa é encontrada e depois reconhecida. Mas, na

verdade, antes de ser reconhecida a pessoa não é alguém que se destaca no meio da multidão, é mais alguém misturado no meio da massa de pessoas. É o fato de ser reconhecida que faz ela se destacar, ser distinguida de outras pessoas em volta dela, e ser encontrada. Antes de ser reconhecida, ela não era ninguém no meio da multidão. É o reconhecimento que faz eu ver essa pessoa no meio da multidão como alguém.

Essa ordem de acontecimentos – ser reconhecida e, por isso, encontrada – nos ajuda a entender a importância e o desejo de sermos reconhecidos. Pois, quando somos reconhecidos, nós deixamos de ser um “ninguém” no meio da multidão para nos tornarmos alguém. Entretanto, há uma diferença fundamental na lógica do desejo de ser reconhecido. A relação não se dá mais entre sujeito e objeto, mas entre sujeito-sujeito. Eu desejo ser reconhecido como ser humano de valor por uma determinada pessoa ou grupo. Nesse sentido, eu sou o sujeito do desejo. Porém, o meu desejo consiste em que a outra pessoa me reconheça; isto é, que a outra pessoa seja o sujeito da ação de me reconhecer. Assim, o meu desejo de ser reconhecido se realiza quando outro sujeito me reconhece. Podemos também dizer que eu, como sujeito do desejo de ser reconhecido, desejo me tornar objeto desse reconhecimento.

A dificuldade nessa relação não consiste somente em compreender essa “confusão” entre o sujeito, objeto e sujeito. A realização desse desejo de reconhecimento exige um tipo de ação que é bem diferente da relação de desejo que vimos no capítulo anterior, onde o desejo foi visto na relação entre eu (sujeito de desejo) e o meu objeto de desejo. Quando eu desejo adquirir um objeto, por exemplo, um carro luxuoso, eu sei o que devo fazer: preciso ter o dinheiro ou crédito suficiente para pagar o carro, ir a uma loja e comprar. Se não tenho o dinheiro necessário, eu preciso ganhar mais dinheiro ou pedir emprestado. Se o carro está em falta nas lojas, preciso entrar na lista de espera pagando o que for exigido e esperar. Em resumo, na relação de desejo sujeito-objeto eu sou aquele que tem o controle da ação e o resultado depende da minha capacidade de realizar todas as etapas necessárias para obter o objeto desejado.

Na verdade, o desejo de comprar um objeto luxuoso porque “é bom ter o que outros desejam e não podem ter” envolve mais polos do que simplesmente o sujeito de desejo (eu) e o objeto desejado. O motivo do meu desejo não está somente no objeto, mas no fato de que outras pessoas também desejam e poucos podem ter. Mas,

normalmente nós pensamos ou dizemos que desejamos o objeto porque o objeto é desejável. Mais adiante (no capítulo seis) vamos voltar a essa relação triangular: eu desejo este objeto porque outras pessoas também desejam. Por momento, vamos continuar a nossa reflexão sobre o reconhecimento na relação sujeito-objeto, relação essa em que o sujeito é o centro e o resultado depende em grande parte dele.

Quando eu desejo ser reconhecido por alguém ou por um grupo de pessoas, a lógica é outra. Eu posso executar todas as etapas que eu penso que são necessárias para a realização desse desejo, mas não há nenhuma garantia de que conseguirei o meu objetivo. Pois, o meu desejo é que o outro me reconheça como ser humano e ele não é um ser que responde mecanicamente aos comandos efetuados. Em outras palavras, a outra pessoa que eu quero que me reconheça é um ser livre, no sentido de que não está sob o controle dos meus comandos ou ações. Para entendermos melhor essa questão, imaginemos três diferentes cenas.

2. Máquinas que se reconhecem e a interioridade.

Na primeira cena, imaginemos que há um robô, com toda aparência de ser humano, que foi projetado e programado para a função de nos reconhecer como ser humano de valor. Quando uma pessoa sente carente de reconhecimento, vai até essa máquina, paga o valor devido e aperta os botões corretos conforme as instruções. Após o procedimento realizado, o robô sorri e faz declarações de como reconhece esse consumidor como uma pessoa de valor e depois dá um abraço. Se, por acaso, a máquina não realiza o que foi programado ou que foi prometido pelo vendedor, o consumidor pode reclamar e exigir o dinheiro de volta ou que conserte o robô para que esse entregue o serviço que foi comprado.

Mesmo que o robô tenha feito tudo o que foi prometido, com voz e textura de pele como as de um ser humano real, nós não nos sentiríamos satisfeitos no nosso desejo-necessidade de reconhecimento. Porque sabemos que a máquina não quis realmente dizer o que disse, nem o seu abraço significou reconhecimento humano. Falta na máquina uma interioridade que toque a nossa interioridade.

Para entendermos melhor o tema da interioridade no desejo de ser reconhecido, vejamos, em primeiro lugar, como coisas e máquinas se relacionam e se reconhecem entre si.

Quando duas bolas de bilhar se chocam, o choque e o resultado disso se dá de acordo com as leis da física. Dependendo da velocidade e o ângulo do percurso e do choque das duas bolas, cada uma irá para um caminho e percorrerá uma determinada distância que é possível calcular com bastante precisão usando bons equipamentos e um software adequado. Podemos dizer que a relação entre essas duas bolas é uma relação que envolve somente a exterioridade dos entes envolvidos. Na verdade, na medida em que elas não tem uma interioridade, também não é correto usar o termo exterioridade. Mas, para facilitar o nosso raciocínio, usemos essa noção.

As duas bolas de bilhar se moveram após o choque por causa do impacto que cada uma provocou na outra, mas a relação entre essas duas bolas não implica em nenhum tipo de reconhecimento.

A relação entre duas máquinas sofisticadas que se “conversam” entre si é um pouco diferente. Apesar de que essas máquinas também não possuem interioridade, como as bolas de bilhar, são dotadas de algum tipo de inteligência artificial capaz de conhecer e reconhecer outras máquinas e pessoas com quem se relacionam. É claro que as máquinas não conhecem e reconhecem como seres humanos, mas são capazes de conhecer e reconhecer como máquinas. Quando queremos conectar um *tablet* ou um computador portátil a uma rede *wifi*, normalmente precisamos escolher a rede e colocar a senha correta. O roteador vai receber a informação e verificar se confere com a senha com que foi programado; isto é, se a informação nova confere com a informação já conhecida. Se sim, o roteador reconhece a senha e entra em relação com o tablete ou computador. De uma certa forma, o processo é parecido com o que acontece conosco quando reconhecemos o rosto de alguém no meio da multidão comparando com as imagens já conhecidas.

As máquinas complexas, como robôs ou computadores, que trabalham em rede precisam reconhecer umas a outras e identificar as informações recebidas e enviar informações que serão reconhecidas e aceitas por outras. Em todos esses tipos de relações, todas as partes são afetadas pela relação. Elas são o que são na relação com outros elementos do sistema e cada uma delas afeta e é afetada por outras.

Entretanto, todas essas relações entre máquinas ocorrem de acordo com as funções pré-estabelecidas. Mesmo que o número dessas funções seja grande, as máquinas, por mais sofisticadas que sejam, funcionam e reagem a informações de acordo com o que foi estabelecido na sua construção. Se tudo funcionar corretamente, o produto ou o resultado, o *output* deve ser de acordo com o que foi introduzido no sistema, o *input*. Máquinas carecem de uma interioridade que possa se modificar; as únicas modificações possíveis ocorrem nos componentes delas pelo uso; ou até mesmo nas modificações de softwares capazes de “aprender”. Mesmo que reconheçamos que um computador aprendeu e criou novas coisas, nós sabemos que ela não tem uma “personalidade”, não tem emoção ou interioridade.

Nas relações entre máquinas, o resultado deve ser sempre o que foi programado. Se não, sabemos que algo de errado ocorreu. O critério aqui é o cumprimento ou não das funções de acordo com as regras do sistema. Entes reduzidos a sua função no sistema, que agem mecanicamente sem nenhuma possibilidade de se rebelar diante do sistema, são entes sem interioridade.

Voltemos ao exemplo da pessoa que busca se relaciona com um robô, com perfeita aparência de um ser humano. Quando a pessoa dá os comandos corretos, o robô reconhece essas informações – compara com os comandos programados – e executa a função prevista: diz o que deve dizer e toca a pessoa como foi programado. No robô não há nenhum tipo de modificação interna, ela simplesmente executa as suas funções. Por outro lado, quando um ser humano interage com máquinas, ele tem experiências que vão além da sua exterioridade e pode tocar também a sua interioridade.

Todos nós já sentimos frustração ou raiva quando não conseguimos lidar corretamente com máquinas ou aparelhos que não conhecemos bem. Eu já tenho quase 60 anos e sou de uma geração que viveu a maior parte da vida sem contato com tanta tecnologia na vida cotidiana. Por isso, quando compro, por ex., um smartphone novo, eu peço ao meu filho que me faça as configurações e que me explique como funciona. Isso porque já passei muita raiva tentando lidar com essas tecnologias novas. Esse exemplo tão comum em muitas partes do mundo nos mostra que a relação do ser humano com as máquinas não se dá somente no nível da funcionalidade, mas também afeta a nossa interioridade.

Porém, a relação com as máquinas não afeta a nossa interioridade em um nível mais profundo. É claro que há exceções em que essas relações podem ter criado um trauma ou modificado uma pessoa de forma profunda. Mas, em geral, a máquina, por ser um ente sem interioridade é incapaz de tocar a nossa interioridade em um nível mais profundo. É por isso que ser reconhecido por um robô não satisfaz o nosso desejo e necessidade de reconhecimento. Por que no fundo sabemos que esse robô não nos reconhece, mas executa a função programada de simular o reconhecimento.

O leitor pode estar me perguntando: por que essa conversa toda sobre ser reconhecido por um robô? Eu sei que não existem máquinas assim, nem é normal pessoas falarem dessas coisas. Mas, o que quis chamar atenção com essa estória estranha é mostrar que queremos ser reconhecidos por seres que tenham interioridade. O que toca a nossa interioridade é algo que sai da interioridade do outro. Além disso, essa estória não é tão estranha na nossa sociedade hoje. Muita gente compra coisas caras para satisfazer o seu desejo de ser reconhecido. É claro que não espera um reconhecimento direto vindo do objeto de luxo, mas esse objeto é uma parte importante do processo da satisfação do desejo de ser reconhecido. Voltaremos a esse tema específico mais para frente. Agora, vamos continuar a nossa conversa sobre relações de reconhecimento.

3. Reconhecimento insuficiente.

Um segundo tipo de relação de reconhecimento é o que se dá entre seres humanos e outros seres com interioridade, sejam animais ou humanos, mas que é insuficiente.

Todos nós já vivemos ou vimos cenas em que um cachorro late com alegria quando vê o seu dono chegar em casa. O cachorro reconhece o seu dono e se alegra, e o dono também se alegra ao se sentir reconhecido pelo seu cachorro; principalmente quando se trata de uma criança. A alegria do cachorro mostra que ele é diferente das máquinas, possui uma interioridade. É claro que não se trata de interioridade humana, mas ele é um ser muito mais complexo do que máquinas e possui algum tipo de interioridade. O cachorro é capaz de sentir alegria e tristeza, gostar de algumas pessoas e ter medo ou desconfiança de outras.

Não sabemos bem como funciona essa interioridade dos cachorros, mas o que sabemos é que pessoas são tocadas na sua interioridade na relação com eles. Por isso, crianças que perdem o seu cachorro de estimação podem ficar doentes, assim como adultos se entristecem. É uma relação qualitativamente distinta da relação com máquinas.

Contudo, a experiência de ser reconhecido por um cachorro ou por outro animal de estimação não é suficiente para satisfazer o nosso desejo de reconhecimento. Em situações ou vidas em que há uma ausência quase que completa de afeto humano, esses animais cumprem um papel fundamental na vida dos seus donos. Mas, eles não são suficientes. Porque, no fundo, sabemos que eles foram condicionados a gostarem ou a se apegarem aos seus donos, aos que cuidam dele. Mas, mais importante do que isso, nós humanos desejamos ser reconhecidos por outros humanos como nós, porque queremos ser reconhecidos como seres humanos de valor e respeito.

Só que nem todas relações de reconhecimento humano satisfazem o nosso desejo. Imaginemos uma relação entre um senhor e o seu escravo ou servo. Se o escravo ou servo não mostra respeito para com o seu senhor, este fica ofendido e é capaz de reagir de modo até violento contra aquele homem que não o reconheceu como ser superior, a quem deve respeito. Isso significa que a falta de reconhecimento por parte do escravo ou servo toca a sua interioridade de uma forma mais profunda do que a pessoa que sente raiva porque não consegue lidar com equipamentos de alta tecnologia. A falta de reconhecimento ou respeito toca profundamente ao senhor, mas a experiência de ser reconhecido por esse ser inferior não lhe satisfaz, não toca o seu ser de uma forma positiva.

É uma situação estranha. O senhor é profundamente tocado pela ausência de reconhecimento, mas a expressão do reconhecimento por parte do servo ou escravo não lhe satisfaz. Isso porque a relação de senhor-escravo é uma relação de dominação marcada pelas leis do sistema social vigente, que coloca o senhor como um ser superior e o servo e escravo como seres qualitativamente inferiores, menos humanos do que o senhor. A palavra dominação nos idiomas ocidentais influenciados por latim, por exemplo, francês, italianos, espanhol, inglês, tem sua raiz na palavra “dominus”, que significa “senhor”. Relação de dominação é uma relação em que um lado assume

o papel de senhor e o outro, o de servo ou inferior. Isso se dá de uma forma clara na relação entre senhor e escravo ou senhor e servo; mas também encontramos relações de dominação em sociedades patriarcais, onde o pai-marido tem domínio sobre a mulher e os filhos, ou em sociedades racistas, onde, por exemplo, branco é visto como superior ao negro ou aos chamados “amarelos”, os asiáticos.

Essa relação de dominação aparece de uma forma mais clara e explícita na relação senhor-escravo. Na história da humanidade tivemos muitas sociedades escravagistas que não consideravam o escravo como um ser humano. Alguns o tratava como uma “coisa que fala”. Por isso, vamos usar aqui esse exemplo, mas, o leitor pode também fazer um paralelo com outros tipos de relações de dominação.

Quando o senhor não é tratado como superior pelos seus escravos ou servos, a raiva lhe toma conta porque ele quer ser reconhecido como um ser superior. Mas, quando ele é reconhecido pelos seus servos ou escravos, esse reconhecimento não satisfaz o seu desejo de reconhecimento. Isso por dois motivos: no fundo ele sabe que esse reconhecimento não nasce livremente do interior deles, eles são obrigados a isso. É semelhante ao reconhecimento das máquinas, eles não têm opção a não ser agir como estão obrigados a agir. Máquinas realmente não têm essa liberdade; enquanto que seres humanos têm. Por isso, a repressão violenta quando os escravos afirmam a sua liberdade humana e não obedecem a regra. É preciso quebrar o desejo deles de liberdade e afirmação da dignidade deles para que a relação senhor-escravo continue e o senhor se sinta superior. Mas, ao mesmo tempo, de uma forma paradoxal, o ser reconhecido por um ser inferior, a quem a liberdade foi suprimida, não satisfaz o desejo de ser reconhecido como humano porque é um reconhecimento que vem de um ser considerado inferior, um ser “menos humano”.

Por parte do escravo, ou de outras pessoas que têm negado a sua humanidade e reduzida a uma simples “peça” que tem de executar as funções que lhe são impostas, ele tem três possibilidades de reação nessa situação opressiva. A primeira é aceitar a redução de sua humanidade a uma “peça” ou a uma “coisa” no sistema. Isto é, aceitar a sua redução à exterioridade do seu ser – a sua funcionalidade como uma “máquina” servil – e negar a sua interioridade. Porém, isso não é fácil e automático porque ele tem interioridade e a necessidade de ser reconhecido como ser humano.

Aqui a necessidade de ser reconhecido aparece fortemente, mesmo correndo risco de colocar em perigo a sua sobrevivência ou integridade física.

Diante da reação dos escravos, os senhores e todo o sistema escravagista reagem e punem com castigos exemplares os que tentam se rebelar e querem afirmar a sua humanidade. A reação violenta de todos os sistemas dominadores e opressivos contra a rebelião dos dominados mostra que o sistema reconhece que está impondo sobre os dominados uma situação desumana, que não é natural de ser humano. A situação se “normaliza” de forma ideal na perspectiva dos senhores quando os escravos aceitam resignadamente a sua condição de dominados.

Segunda possibilidade de reação é o escravo reconhecer que não tem condições para rebelião e que as punições são demasiadas e aceita as regras dominantes e cumpre o seu papel, mas na sua interioridade continua afirmando a sua humanidade e buscando o reconhecimento como ser humano. Para entender esse tipo de situação é importante a distinção entre a exterioridade e interioridade do ser humano. Pela aparência e ações exteriores, um escravo pode parecer que está enquadrado no sistema vigente e reduzido a um ser infra-humano; mas no seu interior continua lutando para buscar reconhecimento como ser humano. Podemos dizer que o escravo ou dominado finge perante o senhor, mas no seu interior e longe da vista do senhor é diferente.

Na realização da necessidade e desejo de reconhecimento e afirmação da sua humanidade, foram e são muito importante os encontros e momentos em que se podem reunir para cantar, dançar e contar histórias comuns e praticar uma “religião dos dominados”, expressando fé em espíritos, deus ou deuses que os reconhecem como pessoas de dignidade.

No caso específico das religiões, muitas vezes um mesmo nome pode se referir a duas experiências religiosas muito diferentes. Uma vivida pelos senhores, outra pelos escravos ou servos. Por exemplo, nos Estados Unidos, o cristianismo que se desenvolveu entre os escravos, por exemplo entre os negros das Igrejas Batistas, é bem diferente do cristianismo dos senhores brancos da mesma Igreja Batista. E essa diferença ainda pode ser vista claramente ainda hoje.

Terceira possibilidade é quando se dá uma convergência entre a liberdade interior de afirmar a sua dignidade humana e a ação externa de rebelião ou fuga da

escavidão (ou de outros tipos de relação de dominação opressiva, como a de estar submetido a um colonialismo imperial). Essa possibilidade não nasce somente da vontade individual, mas é preciso contar com condições históricas e sociais favoráveis. Quando se assume lutas de libertação da escavidão ou de colonialismo e essas condições favoráveis ainda não estão dadas, normalmente o resultado é a prisão ou morte de muitas pessoas. É esse correr risco para afirmar a sua condição de ser humano, de lutar para ser reconhecido como ser humano, que Hegel faz referência. E, em casos de mártires ou heróis da pátria ou de grandes causas sociais, essas pessoas são lembradas como exemplo de seres humanos que lutaram para afirmar sua humanidade e de todos outros.

Nos tempos de hoje, não vivemos em uma sociedade com escravos e servos, nem em tempo de colônia. Somos todos livres. Mas, isso não quer dizer que não haja entre nós pessoas que cumprem a função de satisfazer o desejo de ser reconhecido de outras pessoas. Não estou me referindo às pessoas que reconhecem outras pessoas como seres humanos importantes de uma forma livre e honesta. Estou falando de pessoas que têm a função profissional ou social de cumprir esse papel, de pessoas que substituem os robôs de reconhecimento, que falamos no início do capítulo.

Aqui não estou me referindo somente a profissionais que trabalham em setores da vida social que têm a função de reconhecer a humanidade e superioridade dos clientes ou de chefes –como é o caso, por exemplo, de porteiros de restaurantes ou hotéis de luxo que têm como principal função a de reconhecer publicamente a humanidade “superior” dos clientes ricos –, mas de todas relações humanas em que uma parte é considerada inferior e a outra superior. Mesmo que não seja uma relação que envolva escravo ou servo, repete-se aqui o paradoxo de que o não reconhecimento por parte do “inferior” toca profundamente o “superior”, enquanto o reconhecimento não produz satisfação proporcional à raiva ou indignação que sente no caso negativo.

Essas reflexões nos mostram que, para satisfazermos o desejo de ser reconhecido, duas coisas são muito importantes: quem nos reconhece? Por que ele nos reconhece como ser humano?

4. Reconhecimento que desejamos.

A satisfação da nossa necessidade de sermos reconhecidos como seres humanos por outras pessoas tem um caminho tortuoso. Em primeiro lugar, esse reconhecimento precisa vir de um ser humano que não seja visto como um ser humano inferior pela sociedade e por mim mesmo. Pois, se vier de um ser inferior, esse reconhecimento não tem valor suficiente para satisfazer a minha necessidade. Em segundo lugar, esse reconhecimento precisa ser livre, fruto da liberdade do outro. Pois se a outra pessoa é obrigada, não importa o motivo, não é um reconhecimento real. Mesmo que nos momentos de muita carência, nós nos enganemos a nós mesmos dizendo que é um reconhecimento, no fundo sabemos que não é. Pois reconhecimento comprado ou obrigado por pressão social ou ameaça de punição não é reconhecimento da nossa humanidade.

Só um reconhecimento que vem do fundo da interioridade da outra pessoa, isto é, de forma livre e verdadeira é capaz de tocar a parte mais profunda do nosso ser e satisfazer a nossa necessidade de reconhecimento. Este é terceira cena possível da relação de reconhecimento.

Nenhum reconhecimento vindo por necessidade, isto é, por obrigação é capaz de satisfazer a nossa necessidade de reconhecimento. Em outras palavras, na perspectiva do “eu”, ser reconhecido é uma necessidade para viver bem como ser humano. Mas, por parte da pessoa que me reconhece, esse ato tem que ser livre. Não pode ser resultado necessário, automático ou obrigatório, de meus atos ou pressões em relação a essa pessoa. É uma necessidade minha que se satisfaz somente na liberdade do outro.

Como disse no início do capítulo, no ato de eu reconhecer um objeto, eu tenho controle da ação. O resultado depende da minha capacidade, habilidade ou decisão (no caso de reconhecer meus erros). Mas, na necessidade de ser reconhecido, eu não tenho mais controle. Se eu tiver o controle e poder sobre o outro, o reconhecimento que vier do outro não me satisfará. A decisão deve ser fruto da decisão e liberdade de outra pessoa. É uma relação que nos gera insegurança. E se há alguma coisa que todos nós temos dificuldade em conviver com é a insegurança.

Um outro ponto importante na satisfação da necessidade de ser reconhecido é por quem queremos ser reconhecidos. Desejamos ser reconhecidos por pessoas que nos são importantes ou que nós reconhecemos como pessoas de valor. Isso fica mais claro quando pensamos em uma perspectiva negativa. Se uma pessoa que não considero significativa na minha vida não me reconhece ou, pior, me rejeita, não sinto muito essa rejeição. Enquanto que se uma pessoa muito importante na minha vida, por exemplo a minha mãe, me rejeitar, a dor será profunda e terá impacto na minha vida por muito tempo.

Do mesmo modo, nós não buscamos ser reconhecidos por todas as pessoas, mas por algumas pessoas em especial. É claro que ser reconhecidos por todos, se isso fosse possível, é uma boa experiência. Mas entre esses todos que me reconhecem, eu desejo ser reconhecido especialmente por pessoas que eu reconheço no meio da multidão como pessoas especiais. O reconhecimento deles compensa a rejeição que posso sentir de outras pessoas.

Eu vejo claramente isso na minha vida pessoal, mesmo no campo profissional. Escrevi muitos livros e artigos em revistas especializadas. Nem todos teóricos e professores da minha área que me conhecem gostam do que eu escrevo e me reconhecem como alguém que valha a pena ler e estudar. De uma forma geral, isso não faz muita diferença para mim. Mas, rejeições de certas pessoas ao que escrevo me toca mais a fundo; assim como ser reconhecido como um bom pensador por algumas pessoas que eu admiro me deixa muito contente.

Até aqui eu vinha falando da necessidade e desejo de ser reconhecido de uma forma não muito definida ou clara. Penso que já podemos explicar melhor essa relação entre necessidade de ser reconhecido e o desejo de ser reconhecido. De uma forma geral, todos nós temos a necessidade de ser reconhecido como uma pessoa de valor, que merece afeto, respeito e atenção. Sem a satisfação dessa necessidade, sentimos que a nossa vida não vale a pena ser vivida. E podemos trilhar o caminho da frustração, da agressividade para conosco e para com outros, e até mesmo o caminho da autodestruição.

Na busca da satisfação dessa necessidade, tão vital quanto as necessidades básicas, nós desejamos ser reconhecidos por determinadas pessoas ou por determinados grupos ou tipo de pessoas. É aqui que a necessidade e o desejo se

encontram e se relacionam. Quando falamos da necessidade de reconhecimento, estamos falando da nossa estrutura orgânico-psicológica como seres humanos e da nossa sobrevivência como humanos, para além do meramente animal. Quando falamos do desejo de reconhecimento, falamos do desejo de ser reconhecido por determinadas pessoas ou grupos na realização concreta da necessidade em um sentido mais genérico.

Como vimos antes, esse reconhecimento precisa ser livre e, por isso mesmo, gratuito. O desejo mais profundo que carregamos é sermos reconhecidos de uma forma livre e gratuita, sem que a pessoa cobre de nós algo em troca. Nós desejamos que a outra pessoa nos deseje reconhecer por nós mesmos, independentemente da função que exerço na sociedade ou do lugar que ocupo na hierarquia social, sem exigir nenhum pagamento ou troca, somente por o que somos. Que nos olhe com um olhar especial, que nos reconheça e nos encontre, tirando-nos do anonimato da multidão, transformando-nos de ninguém em alguém.

No mundo de hoje, especialmente em sociedades marcadas pelo espírito de “tudo se compra e vende”, isso parece algo impossível ou inexistente. Mas penso que todos nós, ou quase todos nós, já tivemos uma experiência assim de sermos reconhecidos e aceitos gratuitamente, simplesmente pelo que somos, quando fomos abraçados e olhados com amor por nossa mãe ou outra pessoa no nosso nascimento. Experiências de afeto e acolhimento como essas marcam profundamente nosso ser, nossa interioridade.

Um famoso biólogo, Konrad Lorenz, usou o termo “imprinting” para falar da marca indelével que as primeiras experiências imprimem no animal recém-nascido. A partir dessa ideia, há autores que falam do “imprinting cultural” nos seres humanos, de como as primeiras experiências do ser humano marcam o seu ser e sobre essas marcas vão sendo escritas outras marcas, muitas delas de patriarcalismo, dominação e de preconceitos sociais. Usando essa ideia, podemos dizer que essa experiência de ser reconhecido na gratuidade que vem do olhar da mãe (ou de quem fez este papel), um olhar de cuidado e zelo, deixou em nós uma marca profunda. E nós desejamos reviver esse tipo de reconhecimento.

5. Reconhecimento, liberdade e a regulação social.

Neste capítulo eu venho falando constantemente da interioridade, de como a nossa interioridade é tocada por aquilo que vem da interioridade de outras pessoas, contrapondo às relações restritas a exterioridade. Isso tem um motivo. As ciências modernas ocidentais reduziram toda a realidade natural e humana ao campo da exterioridade. Só assim poderiam tentar realizar o sonho mítico das ciências modernas que é expressar toda a realidade existente com fórmulas matemáticas ou químicas. Por detrás dessa concepção de ciência está o objetivo de ter controle absoluto da realidade.

Esse objetivo das ciências modernas, que é um dos pilares da modernidade, é compatível somente com o verbo reconhecer na voz ativa, onde o sujeito humano conhece, reconhece e controla o seu objeto. Mas, o ser humano necessita e deseja ser reconhecido (voz passiva) por um outro ser humano na liberdade. Deseja que a sua interioridade seja tocada de forma positiva por reconhecimento que vem da interioridade do outro. É um aspecto fundamental da nossa vida que está fora das ciências modernas, especialmente as ditas “ciências duras”. Há pessoas que colocam as ciências em primeiro lugar e descartam a importância da nossa discussão. Há outras que levam a sério a vida real das pessoas e reconhecem que as ciências são importantes, mas não são suficientes. Precisamos de outros tipos de conhecimento. Mais do que isso, precisamos deixar para trás o desejo de controle absoluto das nossas vidas.

Pois, como vimos antes, a nossa necessidade de reconhecimento só pode ser satisfeita se assumirmos o caminho da insegurança que surge do nosso desejo de que outro me deseje reconhecer na liberdade. Isto é, se aceitarmos que não há um caminho, nem uma receita, que leve o outro ser obrigado a me reconhecer na liberdade.

Contudo, devemos também reconhecer (no sentido de voz ativa) que não conseguimos viver em total insegurança e na ausência de caminhos mais ou menos comprovados que possam ser ensinados a todos sobre como conseguir ser reconhecidos. Uma vida na sociedade não é possível sem caminhos demarcados, sem certas receitas e regras compartilhadas de como conseguir ser reconhecido e quais

critérios para reconhecer o outro. Pois sem regras ou indicações, as novas gerações não serão capazes de se integrarem na sociedade já existente e a vida social se tornaria um caos.

Este é um outro paradoxo que caracteriza a tensão entre o desejo de ser reconhecido e a vida em sociedade. O reconhecimento que nos satisfaz é o que nasce da liberdade, sem obrigação de regra nenhuma; mas a vida na sociedade não é possível sem regras e sem “receitas”, incluindo as regras para as relações de reconhecimento.

Precisamos ver como se dá a tensão entre desejos e a regulação social.

Cap 5. Desejo e a regulação social

Antes de começarmos a discutir com mais detalhes como funciona o desejo, é importante distinguir dois níveis da dinâmica do desejo humano. No nível mais profundo, existe uma forma como o desejo funciona em todos os seres humanos. Isto é, há alguns aspectos da dinâmica do desejo que é comum a todos os seres humanos. É isso que nos permite ver que é um desejo humano. Mas, nós seres humanos não temos um contato direto com o nosso desejo, só através da mediação da cultura. De uma forma metafórica, podemos dizer que temos duas “peles”: a pele orgânica, com a qual todos nós nascemos, e a cultura que funciona como a nossa segunda pele filtrando e organizado o que sentimos e percebemos. Assim, a forma como nós sentimos e lidamos com o desejo é influenciado pela cultura em que fomos educados.

Entretanto, como nós vemos e sentimos tudo o que nos acontece através da cultura que interiorizamos, não mais percebemos isso e pensamos que a nossa percepção do mundo e do que acontece conosco é o “natural”, a realidade como ela é. Nós só conseguimos ver que temos “duas peles”, ou que vemos e sentimos através de uma cultura, quando descobrimos que existem outras formas de ver e compreender o mundo. Isso também vale para a compreensão de como lidamos com os desejos nos dias de hoje.

1. Dever, honra e desejo.

No passado não muito distante, uns 100 anos nos países capitalistas avançados e uns 50 anos em países que o capitalismo e a cultura moderna chegaram mais tarde, a noção de desejo era muito diferente do que a de hoje. Naquele tempo, o “eu desejo” não era um critério tão importante nas tomadas de decisões da vida cotidiana ou nas grandes decisões da vida de uma pessoa. Antes do “eu desejo”, havia a noção de dever para com a família, com a sua comunidade ou seu país. É claro que as pessoas tinham desejo, pois o desejo faz parte do que é ser uma pessoa. Mas, as pessoas e a coletividade colocavam a noção de dever acima do seu desejo individual.

Nessas sociedades, a noção de honra também era muito importante. Ainda encontramos em vários lugares do mundo onde a honra é um dos valores centrais da vida da coletividade. Em alguns casos extremos, é preferível a morte do que a desonra. E a honra se conquista, em grande parte, pelo cumprimento do seu dever; e a desonra no não cumprimento do dever. Olhando para o passado, podemos encontrar em quase todas as sociedades exemplos de condenação à morte ou a expulsão de pessoas acusadas de desonrar a família ou o clã. Casos tristes muito comuns eram, por exemplo, mulheres vítimas de estupro que sofriam punições por terem trazido desonrado à sua família. Nestes casos, o mais importante não era a inocência ou o sofrimento da mulher estuprada, mas o dever de preservar a honra da família. Isso nos mostra a importância fundamental da noção de honra e dever nessas culturas.

Em uma sociedade centrada nas noções de honra e do dever, não há muito espaço para o “eu desejo”. Esse desejo devia estar submetido ao princípio do dever e da honra. É claro que desejos menores, que não entravam em conflito com o senso de dever, como por exemplo, comer um determinado comida ao invés de outra, poderiam ser satisfeitos. Mas, nas questões importantes e que conflitavam com o dever, buscar o desejo era uma rebeldia inaceitável.

No caso particular do desejo de reconhecimento, este desejo também obedece a regra geral. Assim, o desejo de reconhecimento era realizado pelo cumprimento do dever que lhe dava a honra. As pessoas eram reconhecidas por outras porque eram pessoas honradas cumpridoras do seu dever. Assim, o desejo de reconhecimento era buscado no cumprimento do dever, das leis ou normas morais que a sociedade impunha sobre os seus membros.

Aqui temos uma situação que vale a pena olhar com mais cuidado. Como vimos antes, a necessidade humana de reconhecimento se expressa concretamente na vida das pessoas concretas através do desejo de ser reconhecido por determinadas pessoas. Neste tipo de sociedade centrada nas noções de dever e honra, esse desejo de reconhecimento se realiza através do cumprimento das leis e normas. Isto é, o desejo se realiza através do cumprimento do dever. Temos uma estranha imbricação entre o desejo e o dever.

Junto com o reconhecimento vem a boa sensação do cumprimento do dever, mas não necessariamente a satisfação do desejo pessoal. Na verdade, a própria noção

do “eu”, que está pressuposto no “eu desejo”, não era importante. Na medida em que o dever para com a coletividade era mais importante do que o desejo pessoal, a próprio noção do eu como um ser independente e autônomo, como entendemos hoje não existia. O “eu” era entendido como uma parte da coletividade e submetido aos ditames dessa.

Para pessoas que nasceram em um mundo em que a vida cotidiana e familiar já estava marcada pelos valores da cultura moderna, essa centralidade do dever e da honra pode parecer muito estranha. Para quem, desde criança, acha normal lutar para realizar o direito de realizar o seu desejo, é muito difícil entender o que significa colocar a noção do dever acima do desejo, e os interesses da coletividade acima do interesse individual. Mas, essas pessoas podem ter uma ideia disso assistindo filmes que retratam a vida no passado, – um exemplo simbólico da centralidade da honra pode ser visto nos filmes de samurais ou equivalentes em outras sociedades –, ou tentando compreender a perspectivas de pessoas idosas que ainda preservam essa cultura.

O fato de que o desejo estava submetido ao dever não significa que este “eu desejo” estivesse completamente ausente nas sociedades pré-modernas. Na verdade, o “eu desejo” acima do dever era permitido e aceito para dois tipos de grupos de pessoas. O primeiro eram as crianças muito pequenas, que ainda não tinha aprendido os valores do dever acima do desejo. Enquanto elas fossem pequenas, a vontade delas de querer realizar os seus desejos pessoais era tolerada como típico da infância, que aos poucos deveriam abandonar. As crianças estavam fora das leis culturais que reprimiam os desejos individuais porque ainda não eram reconhecidas como membros plenos da comunidade.

Por isso, por exemplo, uma criança pequena que chorasse insistentemente para que o seu desejo fosse atendido não seria expulsa da família ou sofria alguma sanção muito grave. Se fosse muito pequena, poderia ter o seu desejo atendido rapidamente; e se fosse um pouco maior, a sua rebeldia seria tolerada, mas teria que começar a aprender que a vida não é assim e que os seus desejos têm limites e que há deveres que deve aceitar e cumprir. Esse tratamento especial para com crianças era uma forma de exceção que reforça o sistema de leis e normas existentes. Isto é, as crianças são tratadas diferentemente dos jovens e adultos para exatamente mostrar que esses, por

não serem mais crianças, não podem querer colocar os seus desejos acima dos deveres.

No caso de algum jovem ou adulto insistir em realizar o seu desejo pessoal acima do dever, esse era tachado de “infantil” ou imaturo. E, em uma sociedade que valoriza honra, acusar um adulto de ser como criança é uma ofensa grave. Essa crítica na forma de associação com criança é uma forma de reprimir os desejos não permitidos aos “adultos”. Crianças podem, mas adultos não! Em outras palavras, a exceção aberta às crianças é uma forma de reforçar a proibição aos adultos.

O segundo grupo especial era composto de altas autoridades da sociedade, como reis e nobres. De uma certa forma, eles, como as crianças, também estavam fora da obrigação de submeter o desejo ao dever. O dever nasce da lei, seja uma lei civil ou moral. Sem lei, não há dever ou obrigação. Crianças, por serem pequenas, estavam a abaixo do grupo de seres humanos que deveriam obedecer às regras morais e culturais da sociedade. Os reis e nobres eram consideradas pessoas especiais e estavam acima das pessoas comuns e, o mais importante, acima das leis que essas pessoas comuns deveriam obedecer. Mais do que isso, em muitos lugares, os desejos do rei eram leis para os seus súditos. Talvez a mais famosa frase sobre essa realidade foi dita pelo Luis XIV, rei da França: “o Estado sou eu”. Isto é, o seu desejo é a lei.

Mas, o desejo é contrário da lei ou do dever. Desejo se caracteriza por não obedecer às leis, por não ser algo constante e necessário. As leis se aplicam a todas as pessoas, e os desejos são diferentes em pessoas e grupos diferentes. Isto significa que quando alguém pode fazer do seu desejo uma lei que se impõe sobre outras pessoas, essa pessoa não é alguém comum, uma pessoa como outras que deve estar submetido às leis e aos deveres de toda a comunidade. É alguém especial, só que em uma situação oposta das crianças. Essas, por ainda não serem consideradas plenamente humanas, estão abaixo do limite inferior da escala da humanidade e, por isso, fora do sistema do dever e da honra que rege a comunidade. O rei, e a alta nobreza que está bem próximo do rei ou imperador, também estão fora, mas no nível superior, acima do limite dos que devem seguir as leis.

As crianças eram vistas como “semi-humanas” e o rei como “supra-humano”, acima do humano e, alguns casos, como sobrenaturais. Por isso, em muitas sociedades antigas, o rei ou o imperador eram considerados como encarnações de divindades,

“filho de Deus” ou tendo origens divinas. Por exemplo, no Império Romano, o imperador era considerado o “filho de Deus”, com o poder de vida e morte sobre todos os súditos; assim como no Japão antes do fim da segunda guerra mundial, o imperador era visto como sendo de origem divina.

Como o rei e a alta nobreza eram considerados “sobre-humanos”, seres especiais, podiam buscar a satisfação dos seus desejos acima e para além do dever sem repressão da coletividade e sem sentimento de culpa.

Essa divisão desigual do direito e possibilidade de buscar a satisfação dos desejos também se reproduzia nos ambientes menores. Por exemplo, no ambiente familiar, o chefe da família, o pai, tinha quase o monopólio dos meios para realizar poucos desejos que eram acessíveis ou permitidos ao seu grupo social. Em meio da escassez de meios materiais ou simbólicos para a satisfação dos desejos, o patriarca era o primeiro a ser servido ou a ter posse desses meios. Depois, os homens da casa de acordo com a hierarquia familiar; e por fim, as mulheres e crianças. Em sociedades com escravos ou servos, essas pessoas estavam fora do direito de ter desejo.

O caso de escravos é também especial. Eles são pessoas sem direito a ter desejos. É claro que, como seres humanos, também tinham desejos. Mas, como a sociedade não lhe reconhecia a sua humanidade, pois eram escravos, propriedade do seu dono, não lhe reconhecia o direito de sequer sonhar em realizar algum desejo. Os escravos estavam fora dos limites da condição humana. As crianças eram tratadas de forma especial porque eram vistas como “semi-humanas” a caminho de se tornarem plenamente humanas. O rei e a nobreza eram especiais porque “supra-humanas” e livres para realizar os seus desejos acima da noção de dever. Os escravos eram especiais porque eram seres humanos que não eram humanos. Cada cultura criou um modo de legitimar essa redução do escravo à condição infra-humana ou não-humana. Por exemplo, Aristóteles, um dos maiores filósofos da Antiguidade, disse que a escravidão era produto da natureza, que tinha criado homens livres e os escravos. O escravo era aquele que por natureza pertencia a outra pessoa. Portanto, um ser só de dever, sem direito a realização de desejos por sua conta própria.

Vimos assim que as sociedades pré-modernas tinham um sistema de regulação dos desejos bem diferente do nosso tempo. Pela própria natureza humana, todas as pessoas têm desejos, mas para a maior parte da sociedade o âmbito do que podia

desejar era bastante restrito ou, no caso de escravos, inexistente. Isto é, desde infância apreendiam que o seu desejo deveria estar submetido ao dever e que muitos objetos de desejo estavam fora do seu alcance. Não somente fora do alcance de realizar o desejo, mas nem poderiam ser desejados porque eles pertenciam ao grupo de “pessoas comuns”. E dentro desse grupo de “pessoas comuns” também haviam diversos estamentos, uma hierarquia de grupos com diferentes direitos e, no nosso tema, com diferentes direitos de desejo. Certos desejos só estavam liberados para grupos especiais, o rei e a nobreza.

Há neste tipo de sociedade uma outra diferença fundamental como o nosso mundo moderno. Na grande maioria dos casos da não satisfação do desejo, a responsabilidade não é do indivíduo. É claro que a pessoa que não consegue realizar um desejo sente frustração como todas as pessoas de todos os lugares e tempo. Frustração é consequência imediata da não realização de um desejo. Porém, na medida em que ela não pode realizar esse desejo porque pertence a um estamento ou grupo social ao qual esse desejo está vedado, proibido, a frustração não vem acompanhada da culpa por não ter conseguido realizar o desejo. Ela, como indivíduo, não tem culpa dessa frustração. A culpa pode ser dos deuses, da natureza ou destino que a colocou entre o grupo sem direito a esse desejo, mas não é dela.

Em resumo, essas sociedades buscavam regular e controlar os desejos a partir das noções de dever e honra, e da distribuição desigual, do direito de satisfazer os desejos em nome da tradição e concepções de vida baseadas na distinção qualitativa entre grupos sociais (nobreza e plebe; livres e escravos/servos; homens e mulheres...).

2. O eu e o meu desejo.

Com o mundo moderno, a antiga forma de regulação do desejo na sociedade mudou profundamente. Não cabe aqui discutir as causas e os processos que levaram às profundas transformações sociais, econômicas, políticas e culturais que gerou o mundo moderno capitalista globalizado. Também não vamos entrar na discussão sobre se o mundo atual é moderno ou pós-moderno. Não importa aqui se o leitor pensa que vivemos ainda no mundo moderno ou se estamos em outra fase da história chamada

de pós-moderno. Seja aceitando a tese da pós-modernidade, ou a de que ainda estamos em um mundo moderno, com características novas em relação a algumas décadas atrás – alguns chamam de modernidade líquida, outros de hipermodernidade ou modernidade tardia –, não há dúvida de que a principal transformação ocorreu na passagem do mundo pré-moderno ao moderno.

E a primeira grande ruptura cultural do mundo moderno pode ser vista na famosa afirmação do filósofo e matemático francês Descartes: “Eu penso, logo existo”. Essa frase escrita no século XVII marca o início da filosofia e da cultura modernas e já foi objeto de muitos estudos e discussões. Aqui eu quero apontar para algumas questões que podem nos ajudar na nossa conversa sobre como a nossa sociedade lida com o desejo.

Em primeiro lugar, o objetivo da afirmação é provar que o autor, Descartes, existe. À primeira vista, isto não faz nenhum sentido. Pois é claro que sabemos que existimos e, portanto, não precisamos provar o que é óbvio e conhecido por todos. Mas, é exatamente aqui que está a questão central: o que é óbvio e conhecido por todos não necessariamente é a verdade. O objetivo de Descartes é questionar tudo o que a sociedade do seu tempo acreditava ser verdade. Mais do que criticar e discutir os conteúdos e doutrinas concretas da “crença” no conjunto de verdades da sociedade –crença essa que era baseada na fé religiosa ou na tradição cultural–, ele propõe um novo método que parta da dúvida, que coloque em dúvida tudo o que não foi devidamente provado. Por isso, o título do livro onde ele diz “Eu penso, logo existo” é o “Discurso do Método”.

Essa é uma forma radical de criticar o modo como a sociedade explicava e justificava a sua compreensão da realidade e o modo de vida, com suas leis e normas morais. E o método desse repensar deve ser o pensamento lógico racional e o científico. Os argumentos religiosos ou da tradição cultural – “sempre foi assim” ou “os antigos nos ensinaram” – perdem legitimidade. Por isso, na sua afirmação, o que prova a existência dele é o pensar: “penso, logo existo”.

Em terceiro lugar, essa afirmação se inicia com o “eu”. Vimos acima que nas sociedades pré-modernas não existia a noção moderna do “eu” como um ser individual, autônomo e independente da comunidade. O “eu” era uma parte da coletividade, não somente em termos quantitativos – isto é, em termos de que

logicamente não existe uma unidade fora do seu conjunto –, mas também em termos de identidade. Uma pessoa que era excluída ou banida do seu clã deixava de ser o que era, perdia sua identidade. Por isso, não havia “eu desejo” fora do dever para com a coletividade. Com a cultura moderna surge a noção de indivíduo, que com o passar do tempo chega a se transformar em um tipo de mito do individualismo. O ápice do mito do indivíduo moderno se dá com o neoliberalismo quando, por exemplo, a Margaret Thatcher, então a poderosa primeira ministra da Grã-Bretanha, disse que “não existe esse tal de sociedade, existem somente indivíduos e famílias”.

O que nos interessa aqui é esse surgimento da noção de indivíduo autônomo e independente e, com isso, a noção de “eu desejo” desvinculado do dever para com a coletividade que pertence. Na medida em que a noção do indivíduo se sobrepõe a da comunidade ou coletividade, é compreensível que o “meu desejo” se sobreponha também a do dever para com a coletividade. Mas, antes de continuarmos com essa reflexão sobre o “meu desejo”, penso que vale a pena pensarmos com mais cuidado sobre o que Thatcher disse e o mito do individualismo.

A percepção coletiva da vida não muda somente porque algum filósofo importante diz algo. Na verdade, uma grande parte das pessoas hoje não ouviram falar em Descartes e sua famosa frase, ou até mesmo em Margaret Thatcher. Essas teorias e afirmações redirecionam o modo de ver de muitas pessoas, mas elas só adquirem realmente uma força social na medida em que o próprio funcionamento da vida social parece dar razão a essas afirmações. Teorias filosóficas e ideologias políticas e econômicas, como neoliberalismo ou marxismo, iluminam ou colocam focos em certos aspectos da vida social e pessoal. E isso, por si, não é nenhum demérito, pois, nenhuma teoria pode dar conta de toda a realidade. E ao colocar foco em alguns aspectos da realidade, esconde ou coloca em segundo plano outros aspectos, que podem ser importantes para quem olha a realidade de uma outra forma.

O individualismo característico da modernidade capitalista tem aceitação da população que vive em uma sociedade capitalista porque a sua vida cotidiana parece funcionar assim. De fato, uma pessoa com dinheiro suficiente pode sentir que vive sem se depender de ninguém. Ela pode usar internet para pedir que lhe entregue na sua casa tudo o que precisa e ter acesso a informações e manter contatos com outras pessoas através da rede social. Entretanto, para se alimentar com o que compra via

internet é preciso que todo o sistema de produção e distribuição funcione. Sem pessoas que trabalham nesse sistema, essa pessoa que pensa viver sem depender de ninguém morreria de fome. Isso quer dizer que um indivíduo pode sobreviver na sociedade hoje sem ter relações pessoais com outros ou sem sentimento de pertença a um grupo, mas não pode sobreviver fora das relações econômicas dentro do mercado. Contudo, a pessoa tem a impressão de que ele não depende de ninguém.

Não estou querendo diminuir a importância do fortalecimento da noção do “eu” no mundo moderno, nem negar as grandes transformações e melhoras no sistema econômico que permite uma vida mais confortável, pelo menos para pessoas que têm dinheiro suficiente para pagar esse conforto. O que quero chamar atenção é que o individualismo radical da cultura neoliberal é uma ilusão. Mas, uma ilusão que parece real para pessoas integradas no mercado e na cultura dominante hoje.

Voltemos ao tema do “eu desejo”. Com esse individualismo, as pessoas se sentem quase que completamente independente da coletividade dentro da qual vive. Assim, o “eu desejo” se desvincula e se “liberta” da noção de dever para com a comunidade. E a palavra “liberta” aqui tem o sentido literal de se libertar de uma prisão ou de opressão. O indivíduo, o “eu”, se sente se libertando das amarras do dever para com a sociedade e com direito de desejar livremente e procurar a realização desses desejos com todos os meios que dispõe.

A fascinação do capitalismo neoliberal depende muito dessa promessa de liberdade individual frente o sentimento de dever para com a comunidade. É claro que essa liberdade é prometida para os que têm dinheiro suficiente para usufruir do que o mercado tem para oferecer como caminho de liberdade e da satisfação dos desejos.

Isso nos leva ao ponto seguinte: a promessa da liberdade de todos buscarem a satisfação dos seus desejos pessoais.

3. A igualdade e a universalização do direito ao desejo sem limites.

Juntamente com a noção de indivíduo, a modernidade se levantou contra sociedades pré-modernas com a noção da igualdade fundamental de todos os seres humanos. A tese apresentada na Revolução Francesa e Inglesa de que todas as pessoas são iguais perante a lei é uma luta frontal contra a diferenciação qualitativa entre

“pessoas comuns”, os plebeus, e as pessoas de “sangue azul”, a nobreza. Na Europa, essa noção de que todas as pessoas são iguais perante a lei é uma forma secularizada de uma ideia presente na Bíblia cristã: Deus não faz distinção entre pessoas, isto é, todas as pessoas são iguais perante a Deus.

Como sempre, essa revolução positiva na compreensão dos seres humanos teve também um caminho tortuoso. De início, somente homens brancos e proprietários eram considerados iguais perante a lei e com todos os direitos civis. Homens não brancos das colônias, mulheres e escravos não eram iguais aos homens brancos e proprietários. Todos os seres humanos são iguais, mas nem todos são ou eram considerados seres humanos em plenitude. Com muitas lutas pelos direitos civis e sociais, hoje a igualdade fundamental de todos os seres humanos é reconhecida, pelo menos formalmente.

Com a noção de igualdade entre todos os seres humanos, foi se apagando a linha que separava as pessoas com direito a desejo e as pessoas sem esse direito. Mas, a defesa da igualdade fundamental de todas as pessoas não soluciona imediatamente o problema do direito à satisfação dos desejos. O parâmetro para essa questão poderia ser tomado tendo em vista a condição do “homem comum”, isto é, todas as pessoas são iguais no fato de que todos devem obedecer aos mesmos limites no tocante aos desejos proibidos.

Nas sociedades pré-modernas havia uma consciência de que não é possível satisfazer todos os desejos humanos. Pelo menos, a impossibilidade de todas as pessoas satisfazerem todos os desejos. Mais ainda, havia um consenso de que há desejos que são destrutivos, que colocam em perigo a vida da comunidade. Por isso, alguns desejos eram proibidos, pelo menos para as “pessoas comuns”. A proibição radical do desejo é conhecida como “tabu”. O tabu mais antigo conhecido é o tabu do incesto, o desejo sexual entre os membros de uma mesma família. (Vamos voltar a essa questão mais adiante.) Mas, também havia outros objetos de desejo que eram proibidos, colocados fora dos limites para pessoas comuns.

Sem entrar em uma análise mais detalhada dos sistemas de tabu e sua função social, só queremos destacar o fato de que na antiguidade havia uma distinção entre desejos permitidos e os proibidos, porque considerados maus e perigosos. Além disso, havia uma consciência clara de que há um limite na realização dos desejos, mesmo os

desejos bons que eram permitidos. Em outras palavras, reconhecia-se os limites da condição humana e da capacidade humana de realizar os desejos. Reconhecia que o ser humano é capaz de desejar além das suas possibilidades. Uma outra forma de dizer que o desejo é ilimitado; a satisfação plena do desejo humano está além dos limites da condição humana.

Em resumo, havia três tipos de limites: a) um que dividia as pessoas entre as que tinham direito a todos os desejos, as pessoas “especiais”, e os que não tinha esse direito; b) o limite que separava os desejos bons e dos desejos proibidos; c) o limite que mostrava a impossibilidade de realizar plenamente o desejo humano. Quanto a esse último limite, algumas religiões prometiam a sua realização na vida após a morte, isto é, no paraíso celestial.

O mundo moderno promete quebrar todos esses três limites ou libertar a humanidade dos limites que impediriam a realização plena do ser humano e dos seus desejos. A declaração da igualdade fundamental de todos os seres humanos é um grande avanço na história da humanidade que liberta a sociedade da distinção entre pessoas “especiais” com direitos a desejos e outras sem esse direito. Entretanto, a superação dessa distinção não tomou como referência de igualdade os limites da condição humana e da própria natureza. A igualdade teve como referência os direitos das “pessoas especiais”, daqueles que estavam acima dos deveres da sociedade, e reivindicou o direito de todos de realizar todos os desejos.

Vimos antes que o rei ou o imperador e a alta nobreza eram consideradas pessoas acima das leis que regiam a vida das pessoas comuns. Isto é, pessoas que consideravam os seus desejos como leis que os súditos deveriam obedecer. Por isso, não havia um critério objetivo consensual para sociedade para diferenciar um desejo bom de um desejo mau. A distinção entre desejos bons e os maus pressupõe que há algo maior do que o desejo da pessoa, que pode ser o bem da comunidade e a sobrevivência da própria pessoa.

Quando se defende que todos têm os mesmos direitos do rei ou da nobreza para realizar os seus desejos e o “meu desejo” se torna mais importante do que o dever para com a coletividade, não há outro critério para distinguir o desejo bom do desejo mau a não ser o meu próprio desejo. Assim, o que eu desejo é bom e eu tenho direito de realizar o meu desejo.

A condição para que esse critério seja válido é que o “eu” saiba realmente o que deseja. Por isso, essa regra de que o “meu desejo” é sempre bom para mim não é válida para crianças – que ainda não sabem o que desejam e depende da sabedoria dos pais a quem cabe decidir o que elas devem desejar – e para os mentalmente incapazes ou grupos sociais considerados incivilizados, como povos indígenas em muitos países colonizados. Novamente, a forma diferente como se trata as crianças e outros “incapazes” é uma forma de reafirmar a lei.

Em síntese, na “boa-nova” da modernidade, todas as pessoas – ou todos os indivíduos reconhecidos pela sociedade como pessoas plenas – têm o direito de buscar a realização de todos os seus desejos, de lutar contra todas as formas de limites que os impedem. E todos os desejos, pelo próprio fato de serem desejados, são desejos bons, pelo menos para as pessoas que têm esse desejo. E, por isso, ninguém tem direito de se opor à realização de desejos de outras pessoas em nome de deveres para com a coletividade ou de outros valores tradicionais ou religiosos.

Esse novo “mundo”, tão diferente do mundo pré-moderno, construído nos últimos séculos, modificou não somente a forma como a economia e a sociedade funcionam, mas também a noção do ser humano e o sentido da vida. Agora, libertos dos ditames do dever, o objetivo da vida é a felicidade entendida como a satisfação de todos os desejos subjetivos que alguém possa sentir e o prazer máximo que essa satisfação vai ou deve trazer.

À primeira vista, parece uma ótima proposta. Porém, imediatamente surge a pergunta: como é possível realizar todos os desejos de todas as pessoas?

4. O mito do progresso tecnológico e a satisfação ilimitada dos desejos.

Há uma experiência comum a todos que conseguem realizar desejo. De início, sentimos motivados a ir em direção ao objeto de desejo e temos força para vencer as dificuldades. Quanto mais dificuldades ou esforço exigido, mais valor o objeto parece ter. Quando conseguimos atingir o objetivo e realizamos o desejo – não importa se era conseguir uma coisa ou uma realização pessoal, como uma vitória no esporte ou na carreira profissional –, experimentamos alegria e satisfação. Um tempo depois, começamos a perceber que o objetivo alcançado não era exatamente o que

desejávamos. Aos poucos, volta em nós um certo vazio da insatisfação que nos chama ou nos empurra para um novo objeto de desejo. Este novo objeto nos acena com a promessa de que ele irá realizar verdadeiramente o nosso desejo, diferentemente do objetivo anterior que tínhamos conseguido.

E a mesma experiência de satisfação seguida de insatisfação se repete em cada ciclo da busca do desejo. É essa experiência constante e permanente de não satisfação do desejo mesmo quando conseguimos o objeto desejado que fez os antigos perceberem que o desejo é algo que não se realiza plenamente. Isto é, o desejo é algo que está sempre além, além dos limites do nosso alcance. Uma outra forma de dizer do caráter ilimitado do desejo. Diante desse fato, os sábios da antiguidade, sejam religiosos ou não, ensinaram diversos caminhos de lidarmos com essa eterna insatisfação humana diante do desejo.

Porém, como vimos acima, a modernidade busca uma solução bem diferente do mundo pré-moderno e propõe a superação de todos os limites no tocante ao desejo. E a questão central para essa nova concepção e forma de lidar com o desejo é a superação do caráter ilimitado do desejo humano.

Quando falamos de limite e do além do limite, sempre temos como referência a algum sujeito que experimenta o limite e percebe que, pelo menos no momento, é impossível alcançar o seu objetivo. Por exemplo, para uma criança que ainda não sabe fazer soma ou a tabela de multiplicação, é impossível solucionar uma equação matemática de segundo grau. Esse problema está além dos limites do conhecimento de uma criança normal, mas não para um adolescente que gosta de estudar matemática. Neste sentido, é impossível para essa criança resolver a equação matemática no momento, mas no futuro poderá ser capaz. É uma questão de disciplina de estudo e progresso na aprendizagem da ciência.

Entretanto, para os sábios antigos, quando falamos do caráter ilimitado do desejo humano, é algo diferente. Estamos dizendo que o ser humano é incapaz de realizar plenamente todos os seus desejos, não importa o quanto progrida na disciplina ou no conhecimento, porque isso está além dos limites da sua condição humana.

É preciso ressaltar aqui que estamos sempre falando dos limites da condição humana. O que é impossível para ser humano pode não ser para seres sobrenaturais,

como por exemplo, Deus. Por isso, muitas religiões colocam sua esperança de que Deus irá realizar plenamente os bons desejos acalentados pelos seus fiéis. Algumas religiões, como o cristianismo, esperam que uma parte dos desejos de um mundo justo, solidário e pacífico seja realizado já no interior da história humana, mas a plenitude dessa realização é esperada para o paraíso após a morte. Há também religiões que esperam a realização plena dos seus desejos no interior da história através de uma ação divina. Apesar das diferenças entre as religiões, sempre o sujeito da realização plena do desejo é um ser divino ou sobrenatural. Porque as religiões antigas têm como um dos seus princípios fundamentais a linha, o limite, que separa o ser humano e o divino.

É essa noção de limite da ação humana que o mundo moderno modifica profundamente. Para ser portadora da promessa da realização plena do desejo, a modernidade tem que fazer desaparecer ou minimizar o caráter limitado da ação humana. Porém, não é possível negar os limites inerentes da condição humana. Mesmo quando vivemos a ilusão de que não temos limites, a morte que sempre ocorre entre nós nos lembra dos nossos limites. Contra isso, o mundo moderno tenta apagar do cenário da vida social a morte. Os ritos de morte, como funerais, deixaram de ser algo público, da coletividade, e tornaram-se cada vez mais privado. Funerais coletivos, só para os grandes heróis e autoridades. Em muitos lugares do mundo, os cemitérios foram mudados para lugares mais distantes e suas aparências também foram transformados em algo mais “suave”, quase como jardins. E a própria noção de morte foi sendo modificada de algo que faz parte da vida, o fim natural, para a derrota da ciência médica frente à doença e envelhecimento. Contudo, não é possível apagar completamente da visão a nossa mortalidade.

Se o ser humano é um ser com limites, como é então possível negar a condição ilimitada do desejo e prometer a sua plena satisfação? Foi preciso encontrar um “ser” ou um agente capaz de superar os limites humanos e atingir o que para humanos parece ilimitado. Esse agente não podia mais ser Deus ou seres divinos, pois o mundo moderno aceita somente argumentos racionais e científicos – lembrar de Descartes e o seu “penso”, logo existo –, e desqualifica argumentos religiosos ou da tradição. O caminho escolhido foi o do mito do progresso científico-tecnológico ilimitado.

Francis Fukuyama, o famoso autor da tese de que, com o capitalismo liberal, a história tinha chegado ao fim, tem uma afirmação de que sintetiza bem esse mito que é central à ideologia do capitalismo moderno. Ele diz que a “boa-nova” – tradução da palavra “evangelho”, que é um importante em todas sociedades influenciadas por cristianismo, especialmente nos Estados Unidos – chegou e que o sistema de mercado com democracia liberal vai realizar o que o cristianismo promete para a vida pós-morte: a satisfação plena dos desejos humanos.

Ele diz: “A tecnologia torna possível o acúmulo ilimitado de riqueza, e portanto, da satisfação de um conjunto sempre crescente de desejos humanos.” E que o processo de globalização do capitalismo vai levar essa tecnologia a todos os cantos do mundo e criar uma homogeneização da humanidade na medida em que os países menos desenvolvidos irão assimilar essa tecnologia e imitar o modo de vida dos países capitalistas mais desenvolvidos assumindo a cultura consumista.

Não vamos discutir aqui a tese de que a história chegou ao seu final, pois o próprio autor reconheceu posteriormente que a evolução contínua e infinita da tecnologia continuará produzindo novidades na história. O que nos interessa aqui é o mito dominante hoje de que o progresso tecnológico infinito possibilita a acumulação ilimitada de riqueza – uma ideia aceita comumente entre economistas pró capitalismo – e que essa acumulação irá satisfazer todos os desejos, não somente os atuais, mas também o que Fukuyama chamou “um conjunto sempre crescente de desejos humanos”.

A história nos mostra que a tecnologia está sempre evoluindo, sempre dando um passo depois do outro. Tudo parece indicar que a evolução da tecnologia não terá fim. Em outras palavras, parece que o progresso tecnológico é ilimitado, infinito, sem fim. Na verdade, temos aqui duas noções diferentes de “ilimitado”. Na matemática, a expressão para descrever um processo infinito é “ $n+1$ ”; isto é, é sempre possível adicionar um elemento a mais depois de um número. Esse processo de adição não tem fim, é infinito, e essa noção de infinito serve para descrever o processo de evolução tecnológica. Nesse sentido, é correto dizer que provavelmente a evolução da tecnologia é infinita enquanto a espécie humana ou alguma outra espécie inteligente existir sobre a face da terra ou do universo. É claro que, se tivermos uma guerra nuclear em escala mundial ou um desastre ecológico mundial, o nível tecnológico do

que restar da humanidade voltará muito para trás, mas o caminho da evolução a partir desse ponto recomeçará.

Entretanto, quando falamos que o desejo é ilimitado, estamos nos referindo a uma outra noção de ilimitado ou infinito. É em um sentido qualitativo, mostrando que está além do limite da condição humana, que não é possível de ser alcançado por nenhum tipo de ação humana. Parece que nos aproximamos; mas nunca chegamos, o objetivo final continua se distanciando na medida em que caminhamos em direção a ele. Em termos de experiência cotidiana, é análogo ao caminhar em direção ao horizonte. Andamos e andamos, mas o horizonte parece tão distante quanto antes. Isso fica mais claro quando estamos no oceano e navegamos em direção ao horizonte. Eu tive essa experiência quando, aos 8 anos, como imigrante fomos de navio da Coreia até Brasil. Eu ficava calculando quantos horas levaríamos para chegar no horizonte, mas a distância nunca diminuía. Chegávamos aos portos, mas não ao horizonte.

Hegel chamou essa ilusão de tentar atingir o infinito com nossos passos finitos de “má infinitude”. Em termos de matemática, é o que se chama de conceito limite. Por exemplo, ao dividirmos incessantemente, sem fim, um número por qualquer outro, vamos nos aproximando do zero; mas nunca chegaremos ao zero absoluto. A quantidade de zeros depois da vírgula aumenta sem parar, mas o resultado nunca chega ao zero.

O mito do progresso ilimitado da tecnologia como caminho para realizar o desejo ilimitado ignora essa diferença entre os dois conceitos de ilimitado ou de infinito e promete que o progresso ilimitado da tecnologia irá realizar todos os desejos ilimitados. Alguns chegam até à promessa da imortalidade, ou da vida sem fim, através do progresso ilimitado da ciência médica que, um dia, iria derrotar completamente todas as doenças e o próprio processo natural de envelhecimento.

A relação entre o mito do progresso tecnológico ilimitado e a satisfação de todos os desejos não é direta. Na afirmação de Fukuyama, que tem o mérito de apresentar de uma forma sintética o coração da promessa do capitalismo, a mediação se dá por acúmulo ilimitado de riquezas. Para satisfazer o desejo ilimitado, a riqueza ilimitada possibilitada pelo progresso ilimitado da tecnologia. Nesta sequência de “ilimitado”, há algo que está ausente: o ser humano e os limites da sua condição

humana. Essa ausência é fundamental na propagação desse mito. Mas, vamos deixar essa questão mais para frente e focar agora na relação entre riqueza e desejo.

Em primeiro lugar, é importante recordar aqui que riqueza não significa somente bens materiais tangíveis, mas também conhecimento científico-tecnológico. Isso é importante porque não seria possível prometer satisfazer todos os desejos humanos se não incluísse entre esses desejos o desejo da imortalidade, ou pelo menos de uma vida muito, muito longa. E esse desejo será satisfeito, assim é prometido nesse mito, através do progresso infinito da ciência e tecnologia do campo da saúde.

Em segundo lugar, para que a afirmação de Fukuyama e o mito do progresso capitalista façam sentido, é preciso reduzir os desejos humanos ou reduzir os satisfatores dos desejos humanos às mercadorias – objetos ou serviços – produzidos pela tecnologia. Pois, tecnologia é conhecimento científico aplicado à ação de produzir algo. É o que os antigos gregos chamavam de *poiese*: ação humana que produz algo, como por exemplo um artesão produzindo um vaso. Um outro tipo de ação humana é o que os gregos chamavam de “práxis”, uma interação entre pessoas, como se dá na relação entre amigos ou na política. Tecnologia é ciência aplicada ao campo da *poiese*.

E como Fukuyama e outros defensores do mito do progresso tecnológico afirmam que o melhor sistema econômico-social para produzir o máximo de progresso tecnológico é o sistema de mercado, onde tudo se vende e compra, os bens que irão satisfazer todos os desejos são mercadorias.

Não é à toa que nas sociedades capitalistas vivemos a obsessão de consumo, de compra de mercadorias. Próprio Fukuyama diz que a difusão da cultura consumista por todas as partes do mundo é o caminho para a satisfação de todos os desejos e da harmonia no mundo. Este é o modo como as sociedades capitalistas regulam o desejo. As pessoas que interiorizam essa cultura consumista percebem os seus desejos e lidam com eles a partir e dentro desse mito.

Mas será que o consumo de mercadoria é o único, ou o melhor, caminho para a satisfação dos desejos? O que leva tantas pessoas no mundo a acreditar nisso? Essas perguntas nos direcionam a uma pergunta mais básica: como funciona o desejo humano, para além das diferenças culturais entre o mundo pré-moderno e o moderno-capitalista?

Cap 6. O meu desejo é meu mesmo?

Um dos grandes equívocos muito comum entre pessoas nos dias de hoje é a ideia de que cada um sabe o que deseja. O mundo moderno, como vimos antes, democratizou o direito de desejar e colocou em segundo ou terceiro plano a noção do dever para com a coletividade. Além disso, criou o mito do indivíduo autônomo e independente, senhor de si e dos seus desejos.

Segundo essa noção de desejo, eu sei o que eu desejo e eu desejo algo porque descobri que esse objeto corresponde ao meu desejo. Assim, o desejo é entendido como uma relação de dois polos: o sujeito de desejo e o objeto de desejo.

A pergunta que surge é: por que diante de tantos objetos, a minha atenção e o meu desejo foram direcionados a esse objeto específico? A primeira resposta poderia ser: porque eu descobri que esse objeto é desejável, isto é, há algo nele que atrai a minha atenção e o meu desejo. E a prova de que esse objeto é desejável é o fato de que outras pessoas, na medida em que descobrem essa qualidade especial do objeto, também passam a desejar-lo.

Nesta relação de desejo haveria assim um sujeito capaz de reconhecer as qualidades do objeto que o fazem ser desejável. Em certo sentido isto nos lembra aquela famosa frase de Descartes: “eu penso, logo existo”. Eu penso, descubro as qualidades especiais do objeto, logo eu desejo. Ou, eu penso, sei o que eu desejo e vou em busca desse objeto de desejo. Por outro lado, na medida em que descubro essas qualidades especiais que tornam objeto desejável, não haveria mais como deixar de desejar-lo. Assim, após conquistado esse objeto de desejo, eu não o abandonaria e nem pararia de desejar tê-lo comigo.

Contudo, a vida nos mostra que o desejo não funciona assim. Frequentemente as pessoas, após um certo tempo, deixam de lado os objetos de desejo conquistados ou até mesmo deixam de desejar-los. Isto poderia ser explicado por um fato que vimos antes, quando falamos da dimensão ilimitada do desejo. Após a conquista do objeto de desejo, descobrimos que esse objeto não satisfaz como esperávamos o nosso desejo e um vazio continua dentro de nós. Esse vazio nos levaria a deixar em segundo o objeto desejado que conquistamos e a sair a procura de novos objetos de desejo.

Entretanto, isso não explica tudo. Há situações em que objetos de desejo não são somente colocados em segundo plano, mas se tornam indesejáveis. Isto é, de objeto de desejo passam a ser objeto de rejeição. Podemos ver esse fenômeno de uma forma mais clara no campo da moda. Aquilo que um grupo de pessoas viam como bonito e desejável passa a ser visto, um tempo depois, como algo feio e ultrapassado. Esse processo de rejeição, após o desejo, chega a um ponto em que pessoas que usam esses objetos fora da moda são marginalizadas ou vistas com certo desprezo pelos que se mantêm em dia com a moda. E essa transformação de objeto de desejo para o de rejeição não é somente um erro de avaliação de um indivíduo, pois é um fenômeno envolve uma coletividade. É algo mais complexo.

Em resumo, um objeto não é desejado por suas qualidades intrínsecas, pois se assim fosse não seriam deixados de lado enquanto não perdesse essas suas qualidades. Ao mesmo tempo, eu também não sei bem o que eu desejo, pois um tempo após a conquista do objeto eu deixo de desejar o que antes pensava que desejava. Isso nos mostra que o desejo não funciona como a maioria de nós hoje pensamos. Precisamos saber um pouco mais sobre essa mutabilidade do desejo, entender um pouco mais como o desejo funciona.

1. Muitos brinquedos, duas crianças e uma briga.

No capítulo anterior, vimos que não é possível termos acesso direto aos nossos sentimentos ou a desejos sem passar pela mediação da cultura que internalizamos. Porém, é possível encontrar uma forma de ter acesso a estrutura do desejo anterior a ou em nível inferior à influência de uma cultura. Eu não estou dizendo que eu ou uma outra pessoa possa ter uma visão de “super-homem” capaz de ver a realidade humana por debaixo da cultura que todos nós carregamos como uma segunda pele, ou de ter um conhecimento “puro” sem mediação de nenhuma cultura ou conceitos que criamos. Mas, se encontrarmos uma forma de funcionamento de desejo comum a mais variadas culturas de hoje e também do passado, podemos ter uma ideia de como funciona a “natureza” do desejo humano, ou quais são alguns dos elementos fundamentais do desejo humano como tal.

Para entrar nessa questão, eu quero compartilhar aqui uma experiência que tenho repetido em diversas partes do mundo quando sou convidado a falar sobre assuntos ligados ao desejo e o capitalismo. Eu costumo perguntar: o que acontece quando duas crianças estão sós em uma sala cheia de brinquedos novos, com uma única peça de cada tipo? Elas brincam ou brigam? A resposta sempre é: elas brigam.

O fato de receber a mesma resposta em mais diversas partes do mundo e por se referir a crianças, que geralmente expressam seus desejos e agem sem muita censura do que nós adultos e a nossa cultura chamamos de “ser educado”, pode nos revelar bastante do que estamos procurando. Por isso, vale a pena tentarmos entender o que pode passar em uma sala com duas crianças e muitos brinquedos.

Provavelmente, diante de tantos brinquedos novos, essas duas crianças se sintam no primeiro momento êxtase, como se estivesse no paraíso, e logo depois uma paralisia. Não sabem o que fazer, qual brinquedo escolher. Pois, todos ou quase todos brinquedos parecem estar lhes convidando para brincar e essas crianças não sabem qual pegar, com qual desejar brincar, porque não conhecem esses brinquedos. Diante de tantos brinquedos novos e atraentes, nenhuma se destaca com alguma qualidade muito especial; e nem as crianças tem um conhecimento prévio sobre esses brinquedos para que possa reconhecer entre eles um que se destaque.

Sendo crianças que sabem o que é um brinquedo, eles já têm algum conhecimento e preferência por experiências passadas. Talvez, por serem meninos, gostem mais de brincar com carrinhos do que com quebra-cabeças; mas há vários tipos de carrinhos diferentes e atraentes. Mesmo que o foco se reduza a carrinhos, ainda prevalece dúvida e paralisia. Num dado momento, um desses meninos, chamemos de Pedro, toma iniciativa e rompe com a paralisia e quer experimentar um dos carrinhos. Não que ele tenha visto algo muito especial nele, mas ele quer brincar e precisa tomar iniciativa e experimentar algum. Se não gostar, ele pegará outro. Assim, sem nenhuma certeza ou decisão definitiva sobre o carrinho em vista, ele estica a mão em direção a um determinado carrinho.

Outro menino, João, que também está extasiado e, por isso, paralisado diante de tantos brinquedos atraentes, não decidiu ainda o que fazer ou qual escolher. Ao ver Pedro esticando o braço em direção a um determinado carrinho, esse carrinho lhe chama atenção e se destaca no meio de tantos brinquedos e carrinhos. De repente, ele

percebe que esse carrinho tem algo de especial e rapidamente pega o carrinho antes de Pedro.

Pedro, que não tinha visto nada muito de especial neste carrinho em particular, ao ver como João tomou a sua frente pegou o carrinho, percebe agora que, de fato, esse carrinho é especial. Se não o fosse, o João não teria agido tão rapidamente para tomar dele. Na verdade, como ele ainda não tinha pegado o carrinho, esse carrinho não era dele; mas ao ver o seu amigo tomar a frente e pegar se sente roubado no que é seu. Por isso, ele vai em cima do João e reclama a posse do carrinho dizendo: “eu vi primeiro, é meu!”

O reclamo de Pedro reforça em João a convicção de que ele sabe que esse carrinho é bom, é desejável, e aumenta nele o desejo de tê-lo. Por isso, retruca e diz: “eu peguei primeiro, é meu!”. A vontade de João de lutar por esse objeto aumenta em Pedro o desejo de tê-lo. Por que se não fosse realmente bom, João não lutaria. Por isso, insiste que é dele e quer para ele. Isso, por sua vez, também aumenta no João o desejo por esse carrinho. E rapidamente os dois começam a discutir e brigar pela posse desse objeto de desejo que de repente passou a ser tão desejável. E quanto mais briga, mais o carrinho adquire o valor para essas crianças.

Quem assistiu a famosa série de filmes “o Senhor dos Anéis” deve lembrar que toda a história em torno do anel começa quando um dos dois amigos que estão brincando encontra o anel e o outro quer tê-lo e iniciam uma briga que termina com um dos amigos, Sméagol, matando o outro, Déagol. Estou citando esse filme porque essas histórias de dois irmãos ou dois amigos que brigam porque passam a desejar o mesmo objeto, ou a mesma mulher, é algo presente em todas as culturas e é relatado em muitos mitos e grandes livros da literatura mundial. O que mostra o caráter transcultural desse fenômeno. Voltemos a nossa estória.

E um certo momento da disputa, um dos meninos percebe que não estão brincando, mas sim brigando. Daí, diz ao outro: “está bem, pode ficar com você porque eu vou brincar com outro brinquedo”. Ora, diante desse gesto de João, Pedro pensa: “se ele não quer mais esse carrinho é porque ele não tem tanto valor. E se não tem valor, eu também não quero.” Não querer brincar com o brinquedo que outro desprezou é afirmar que ele não vale menos do que seu amigo. Pois, neste ambiente de disputa, só pessoas de “segunda categoria” usam objetos descartados por outras

peessoas. Por isso, deixa de lado o primeiro brinquedo que foi objeto de disputa e olha para o outro que o João está olhando, e de novo o olhar de desejo do seu amigo aponta para o novo objeto de desejo que ele quer ter. Assim, começa tudo de novo.

Um outro exemplo muito comum é o que ocorre entre irmãos gêmeos. Eu tenho um amigo, também professor universitário, que mora nos Estados Unidos e tem duas filhas gêmeas. Aproveitando a minha participação em um Congresso Internacional perto da cidade onde ele mora, resolvi visita-lo. Preparando-me para a viagem, eu pedi à minha filha que comprasse algum presente para as gêmeas, que na época tinham em torno de 8 anos. A minha esposa disse a minha filha: “não se esqueça que elas são gêmeas, compre duas coisas idênticas para as duas”. É a sabedoria do povo: quando as gêmeas ou gêmeos recebem presentes diferentes, um quer o que o outro recebeu e começam a brigar. Sempre um quer o que o outro tem.

Esses fenômenos não acontecem somente com crianças. No Brasil há um ditado que diz: “o jardim do vizinho é sempre mais bonito”. Com pequenas variações, encontramos em quase todas as partes do mundo ditados parecidos a esse. Nós desejamos o que é do outro. O que podemos dizer a partir desses exemplos é que nós não desejamos algo porque descobrimos que esse objeto é desejável por si. Não. O desejo funciona de um outro jeito. É outro que me aponta o que desejar.

2. Somos seres de desejo, mas não sabemos o que desejar.

Nós, seres humanos, somos diferentes de outros animais. E uma das principais diferenças é que somos seres de desejo. Os outros animais são em grande parte determinados por seus instintos e há pouco espaço na vida deles para o que não é instintivo. Um gato, por exemplo, quando vê um rato, não tem liberdade para dizer: hoje não estou com desejo de comer rato, mas sim um peixe. Ele simplesmente segue o seu instinto. Assim como, um cachorro ao sentir cheiro de uma cadela em cio é movido por seu instinto e a segue automaticamente. Nós somos diferentes. Somos seres com necessidades e instintos, mas também com desejos. A espécie humana é uma espécie que tem uma certa liberdade frente aos condicionamentos do código genético e dos instintos e, por isso, tem desejos.

Uma característica fundamental do ser humano é que somos seres com desejo, mas sem saber bem o que desejar. O campo do desejo é um campo aberto diante de nós com muitas opções e, por isso, nos sentimos meio que perdidos no desejo. Em outras palavras, o desejo não funciona como um instinto animal que nos direciona para objetos determinados.

É claro que também temos instintos, como por exemplo o instinto de sobrevivência ou instinto sexual. Mas a forma concreta que desejamos viver ou qual mulher específica desejar não vêm pré-determinadas pelo instinto. Tanto isso é verdade que há pessoas que, em determinados situações, preferem morrer do que se deixar levar pelo puro instinto de sobrevivência, ou que preferem controlar o seu instinto sexual em nome de desejos ou valores maiores.

E quando falamos de desejos, precisamos ter em mente que há vários níveis de desejo ou de valoração de desejos. Há os desejos mais fundamentais e os menores ou superficiais, que não jogam um papel fundamental na nossa vida. Para além do desejo por objetos que não sabemos qual desejar – como no exemplo dos dois meninos diante de brinquedos – temos um desejo mais fundamental como ser humano: o desejo de “ser”.

Esse desejo de “ser” tem a ver com a necessidade que todos nós temos de ser reconhecido. Como vimos antes, essa necessidade de reconhecimento é de fato uma necessidade que faz parte da nossa condição humana, não é um mero desejo que possamos abdicar. Sem nenhum tipo de reconhecimento, a vida se torna insuportável de ser vivida. A partir da necessidade de reconhecimento, nós também vimos, há o desejo de ser reconhecido por determinados grupos sociais ou pessoas.

Nós queremos ser reconhecidos por pessoas ou grupos que nós acreditamos que tem esse “ser”. Porque, ao ser reconhecido por pessoas que têm o ser, sabemos que nós também temos esse “ser” ou que somos como eles. Isto é, essas pessoas “especiais” vão nos reconhecer como seres humanos de valor na medida em que eles vêm em nós o mesmo ser que eles possuem. Por isso, eu terei certeza que estou realizando o meu desejo de “ser” na medida em que sou reconhecido por pessoas que vejo que têm o ser que desejo.

O desejo de “ser”, esse desejo que sempre nos move para frente e que alguns retratam como um grande vazio dentro de nós que precisa ser preenchido, é o desejo

fundamental e o grande desafio. Esse desejo de “ser” nos mostra que não nascemos como seres humanos prontos, mas como um projeto de ser humano, como seres que não podem escapar dessa busca. Em outras palavras, não nascemos seres humanos, nos tornamos seremos humanos na medida em que vivemos e conseguimos realizar esse desejo, ou de preencher, pelo menos em parte, o vazio que há em nós.

O grande problema nesse desafio é que nascemos sem um mapa para realizá-lo. Nós não temos uma estrutura forte e determinante de instintos como outros animais. Na verdade, nem os animais têm esse mapa porque eles não precisam. Mapa é necessário quando há possibilidade de diversos caminhos, alguns equivocados, outros certos. Outros animais não têm essa liberdade de escolher caminhos.

Como cada um nasce com esse projeto de se tornar um ser humano e não sabe a priori qual caminho a tomar, é preciso aprender o caminho. Para isso, como todo processo de aprendizagem, precisa de um mestre ou de um modelo. No nosso caso, o indivíduo precisa escolher ou encontrar alguém que já tenha esse “ser” que busca. Normalmente é uma pessoa do seu entorno que parece possuir esse ser. Por isso, meninas pequenas, por exemplo, costumam imitar a sua mãe fazendo ou tentando fazer as tarefas da casa que ela faz; ou brincando com bonecas, cuidando delas como a sua mãe faz com ela mesma. Com passar do tempo, na medida em que crescem as pessoas procuram também outros modelos.

Encontrado um “modelo” ou um “mestre” que possui o ser que eu desejo, o que devo fazer? Aquilo que fazemos quando queremos aprender algo novo: imitamos quem já sabe, ou neste caso, quem já tem o ser que desejo. O que devo fazer para ser como ele e ter esse ser que desejo? Como o “ser” é algo difícil de definir e de visualizar, o caminho mais fácil e direto é desejar ter o que ele tem. Desejar ser como ele se transforma em desejar o que ele deseja. Assim, eu não desejo um objeto por suas qualidades intrínsecas, mas sim porque esse objeto é desejado por alguém que eu considero ou que funciona como o meu modelo neste contexto dado.

Isso significa que a relação básica do desejo não é entre dois polos: o sujeito e o objeto de desejo; mas tem três polos: o modelo de desejo, o discípulo que imita o desejo do modelo e o objeto que é desejado pelos dois. Essa é uma diferença fundamental na compreensão do desejo e explica muito do que acontece, por exemplo, nas propagandas. As propagandas mais sofisticadas que anunciam com o

objetivo de aumentar nos consumidores o desejo de compra não falam tanto das qualidades do produto em si, mas muito mais sobre os ídolos ou modelos de pessoas que vivem uma vida que causa inveja e de como eles desejam essas mercadorias. O desejo dos consumidores é atraído sobre o objeto pelo desejo do ídolo que aponta para a mercadoria.

Deseja ser como eles? Tenha o que eles desejam e por isso têm! Siga o caminho do “ser” que eles estão mostrando, tenha esse objeto de desejo.

No caso do exemplo dos dois meninos e os brinquedos, cada um deles funcionou como modelo para outro. Cada um apontou para o outro o que desejar. Cada um imitou o desejo do outro. Vimos, no capítulo 3, a importância da imitação no processo de aprendizagem. Aqui eu quero adicionar mais um elemento: a imitação do desejo. Esse é um elemento que os antigos filósofos que trataram da importância da imitação no processo de aprendizagem não perceberam ou não deram muita atenção. O autor contemporâneo que melhor tratou dessa questão é um francês que, por muitos anos foi professor nos Estados Unidos, René Girard.

3. Dois tipos de desejo mimético e a culpa.

Neste momento de reflexão, é importante distinguir dois tipos de desejo mimético (em grego, a palavra imitação é mimesis e, por isso, o termo técnico para desejo por imitação ficou sendo “desejo mimético”). O primeiro é o desejo mimético de representação: o desejo de imitar a sua aparência e o modo como o meu modelo age ou vive. Por exemplo, uma pessoa que tem como seu ídolo um cantor de roque pode querer ser como ele e imitar o modo como ele se veste, canta e se movimenta. Isto é muito comum também na vida cotidiana, mesmo sem relação com algum ídolo em particular. Se olharmos com atenção para um grupo que tem uma identidade própria ou se consideram como uma “tribo”, uma comunidade que comparte o mesmo gosto em algum assunto em particular, vamos notar que eles se parecem uns com outros. Isso é de se esperar porque cada deles sabe que pertence ao grupo porque são reconhecidos por outros do grupo como membro; e são reconhecidos porque eles se parecem uns com outros naquilo que o grupo considera como o seu diferencial em relação aos outros grupos.

O segundo tipo de imitação de desejo é o de ter o que o modelo tem. É o chamado desejo mimético de apropriação, o desejo de apropriar o que o outro deseja ou tem. Esse tipo de imitação apareceu claramente no exemplo dos dois meninos e os brinquedos. Eu quero ter o que o outro está desejando ter. Quando o objeto desejado pelo “modelo” e o outro que lhe imita é único, o conflito é inevitável. Afinal, são duas pessoas desejando um único e mesmo objeto. Na medida em que o conflito aumenta o desejo, e a percepção do valor do objeto, é fácil imaginar que junto com o desejo sempre apareça algum tipo de conflito e que conflito reforce o desejo e assim o ciclo de conflito.

Para entendermos melhor essa relação entre desejo mimético e conflitos interpessoais ou sociais, precisamos entender que objetos de desejo são sempre escassos em relação ao total de pessoas que os desejam. Em casos de pequenos grupos, pode ser duas ou três pessoas desejando um mesmo objeto; na sociedade maior, pode ser um grupo grande de pessoas desejando um objeto cujo a quantidade de exemplares é sempre menor do que as pessoas que desejam. Objetos não escassos, os que estão sobrando, não são objetos de desejo. E diante da escassez e o aumento do desejo por conta do conflito, as sociedades criam regras de regulação para evitar conflitos sem fim que podem colocar em perigo toda a coletividade.

Nas sociedades pré-modernas, um mecanismo comum a muitas sociedades foi a de limitar número de pessoas com direito ao desejo, ou melhor, com direito de entrar na luta pela realização dos desejos que poderiam colocar em risco a coletividade. O capitalismo promete acabar com esse conflito através da promessa de acabar com a escassez dos objetos desejados por meio de “acumulação ilimitada” de riqueza, que seria possível com o progresso ilimitado da tecnologia.

Enquanto essa acumulação ilimitada não acontece, o capitalismo regula o conflito através dos mecanismos de mercado: quem tem dinheiro para comprar pode realizar o desejo, quem não tem deve assumir a frustração e não querer apropriar-se do bem alheio através de mecanismos ilegais, isto é, os que não sejam via compra e venda no mercado. O problema nessa promessa, de que com a acumulação ilimitada da riqueza entraremos em uma era de harmonia e paz, é que os objetos que não são escassos, que são abundantes, não são desejáveis. É uma promessa que não pode ser

cumprida. Mas, retomaremos esse assunto do capitalismo e o desejo no próximo capítulo, e voltamos ao problema do desejo e conflito de uma forma mais geral.

No desejo mimético de apropriação, é mais fácil perceber a dinâmica do conflito. Isso não significa, no entanto, que também no desejo mimético de representação não possa haver conflitos. Quando alguém quer imitar a aparência do seu ídolo, seu modelo de desejo, ou o modo como ele age, não enfrentamos de imediato o problema da escassez do objeto desejado. Porém, há um outro tipo de conflito que entre em jogo e que está presente em toda relação entre modelo/mestre e discípulo de desejo, também no desejo mimético de apropriação. Esse conflito se dá através de um estranho duplo comando contraditório que vem do modelo: “imite-me, mas não me imite”.

A pessoa que ocupa o lugar de modelo na relação gosta de se sentir modelo, ser admirado ou visto como alguém que tem esse “ser” especial. Para que ele seja realmente o modelo na relação, é preciso que discípulo deseje imitá-lo. Sem o esforço de imitação por parte do discípulo, o modelo não é modelo. Por isso, o comando “imite-me”. Porém, se o discípulo cumprir bem a sua missão e imitá-lo perfeitamente, não haverá mais a diferença entre o mestre e o discípulo. Assim, o mestre também dá o comando: “não me imite”. Na vida real ninguém diz explicitamente esses comandos e, muitas vezes, nem tem consciência do que está ocorrendo. Mas, através de gestos, falas e outras ações essas coisas são comunicadas de uma forma velada. Para quem conhece o ambiente acadêmico ou universitário, não é difícil reconhecer essa estranha e contraditória relação que ocorre entre mestre e discípulo. Inconscientemente, muitos mestres se alegram quando tem discípulos com muito potencial e os estimulam a trabalharem duro para serem como eles, os seus mestres. Quanto maior o brilho dos discípulos, maior o brilho do seu mestre. Porém, quando esses discípulos ficam realmente bons e se aproximam “perigosamente” do nível dos seus mestres, aos poucos, muitos deles costumam encontrar dificuldades e barreiras colocadas pelos seus próprios mestres. Este tipo de conflito acontece tanto no mimetismo de representação – como no exemplo do mundo acadêmico –, quanto no de apropriação.

No caso de desejo mimético de apropriação, aquele que se sente como modelo incitando outros a comprarem o que ele comprou usa de outra estratégia. Quando os seus discípulos compram quase tudo o que ele já comprou, aproximando-se da

perigosa linha que separa o modelo do discípulo, ele compra novas coisas para manter a distância. E na escolha dos novos objetos de desejo, esse modelo assume o papel de discípulo e olha para outros que ele admira ou tem inveja – dois lados de uma mesma moeda – e os imita nas novas compras. Assim, os discípulos se manterão comprando e comprando o que os seus mestres indicam, mas nunca poderão alcançar a igualdade.

Mais do que simples conflito, esse duplo comando contraditório, “imite-me, mas não me imite”, mostra uma posição difícil para todos que ocupam o lugar de discípulo em uma relação. E todos nós, sem exceção, ocupamos também o lugar de discípulo na imitação, seja no desejo mimético de representação ou de apropriação. E, na posição de imitadores de algum mestre, sempre nos sentimos culpados. Culpado por não cumprir perfeitamente o comando de imitar – e assim comprar ou possuir tudo que o mestre aponta com o seu desejo, ou de agir e parecer como ele –, ou culpado por ter imitado perfeitamente e, assim, descumprir o comando de não o imitar. Esta é uma das causas da eterna sensação de dever não cumprido, de um vazio a ser preenchido e de uma culpa que não sabemos bem qual é.

4. Caminho equivocado do desejo.

Um tempo atrás, eu fui convidado a lecionar no programa de mestrado em ciências da religião em uma universidade católica, em São Paulo. Ao chegar lá, conheci um pastor evangélico que estava fazendo mestrado e escrevendo a sua dissertação sobre a relação entre teologia e economia. Antes de minha chegada no curso, não havia nenhum professor especialista nesta área, e como eu já era um dos autores que mais escreve sobre este tema no Brasil, logo ele se aproximou de mim e passamos a ter longas conversas sobre o assunto. Percebi que ele estava com dificuldade em desenvolver a pesquisa para o seu mestrado, por isso ajudei-lhe a focar no seu tema específico e não se perder em temas secundários porque o seu prazo para a entrega da dissertação estava se aproximando.

Um dia, ao chegar na universidade, eu vi uma venda especial de livros de uma editora inglesa e fui dar uma olhada. No meio dos livros em exposição, encontrei um sobre a história da classe operária na Inglaterra do século XIX. Como eu estava me

interessando pelo tema das lutas sociais no início do capitalismo industrial, aproveitei a ocasião e comprei o livro para ser lido quando tivesse mais tempo.

No corredor da universidade, eu encontrei com esse aluno de mestrado que veio me cumprimentar e conversar comigo. Ao ver na minha mão o livro, ele se interessou pelo livro e comentou que deveria ser muito bom e útil para sua pesquisa. Ele mal tinha visto o título na capa do livro, mas já tinha se interessado e achado que era um livro que ele deveria ler. Na verdade, ele não tinha menor ideia do valor do livro porque ele não conhecia o autor e nunca tinha ouvido falar nesse livro. Aliás, ele também tinha muita dificuldade em ler inglês, o idioma do livro. O seu interesse e juízo positivo sobre o livro veio somente pelo fato de que eu, seu modelo naquele ambiente, estava com ele. Se eu tinha desejado o livro, o livro deveria ser bom, ele deve ter pensado, e passou também a desejar.

Ao ver o desejo dele de comprar o livro, eu lhe disse com tranquilidade: este livro não tem relação direta com teologia e nem com o objeto da sua dissertação e você deve focar seu esforço nos livros diretamente ligado ao seu assunto para não perder o prazo. Assim, eu lhe sugeri esquecer o livro que estava na minha mão; desestimulei o seu desejo de comprar e tentar ler esse livro. Ele ficou muito desapontado. Acho que ele se sentiu como sendo bloqueado no seu desejo de se parecer comigo. Como se eu tivesse lhe dado o comando “não me imite” quando ele estava querendo me imitar.

Olhando de novo para esse fato que ocorreu há mais de 15 anos, eu penso que a minha fala foi baseada em um raciocínio lógico e bem pragmático: o curto prazo que ele tinha, a não relação do livro com o tema da dissertação dele e, algo que não lhe disse, o fato de que o livro estava em inglês, um idioma que ele não sabia ler. Mesmo que eu não tivesse nenhuma intenção consciente de colocar obstáculo no desejo dele de me imitar, acho que ele entendeu dessa forma.

Pelo jeito que ele saiu da nossa conversa e pela direção que ele tomou, acho que ele foi à exposição de livros comprar o mesmo livro que eu tinha comprado. Afinal, proibição aumenta o desejo e ele deve ter se sentido estimulado a lutar contra o que ele entendeu como interdito. Mais do que isso, o seu desejo de me imitar estimulou o desejo de lutar pelo objeto desejado. Desistir facilmente desse desejo seria como aceitar a antiga divisão entre pessoas com e sem direito ao desejar qualquer coisa que

quisesse. Ele, provavelmente, queria mostrar que ele tinha tanto direito quanto eu de possuir esse livro desejado. Sorte minha que havia mais exemplares do mesmo livro sendo vendidos e, mesmo que não tivesse, éramos pessoas adultas e civilizadas que não agem como crianças que pulam uma sobre outra para tomar o objeto desejado em disputa.

Esse é mais um exemplo de que nossas relações com pessoas não são baseadas somente na razão ou no pensamento lógico, assim como a compreensão dos diálogos que ocorre nesses relacionamentos. O desejo perpassa e condiciona o nosso raciocínio. Por isso, aquele pastor, por quem eu tinha muita simpatia e realmente queria lhe ajudar no estudo da relação teologia e economia, sentiu-se tão desapontado comigo e parou de me procurar para conversar sobre seus estudos.

Eu não tenho certeza como ele compreendeu a minha oposição ao seu desejo de comprar aquele livro. Porém, tenho quase certeza que ele não percebeu que não era o livro que ele desejava, mas sim seguir o caminho do seu modelo. Ele queria ser como seu modelo, como seu professor que ele admirava, e para isso ele desejava ter o livro que eu tinha acabado de comprar. Se ele tivesse conseguido entender melhor o que estava acontecendo, ele poderia ter entendido melhor qual era realmente o seu desejo, que era ser um bom pastor ou teólogo com bons conhecimentos sobre teologia e economia, e seguir o caminho mais adequado. Assim, ele poderia imitar, não a compra daquele livro, mas o trabalho duro de ler e estudar, dialogar e escrever textos, aceitar críticas e reformular o pensamento.

Um dos equívocos mais comuns na busca da realização do desejo de “ser” é confundir o “ser” com o “ter”, ou melhor, pensar que o ter é o caminho para ser, ou que “ter é ser”. Esse equívoco não deve nos levar ao outro de pensarmos que a relação entre os dois é de exclusão: ou “ser” ou “ter”. Afinal, não podemos “ser” alguém se não temos bens materiais suficientes para continuarmos vivos. Neste sentido, ter o mínimo necessário para uma vida digna é condição necessária para a realização do nosso desejo de ser.

O equívoco comum de achar que ter o que o modelo tem é o caminho para ser é muito antigo na história da humanidade. É fruto do caráter mimético do desejo e da dificuldade de aprendermos o verdadeiro caminho do ser. Por isso, quase todas as sabedorias religiosas ou espirituais da antiguidade tinham consciência do caráter

mimético do desejo e lidaram, de um modo ou outro, com esse equívoco de confundir o ter e o ser e os conflitos que se seguem. E o caminho comum das sabedorias espirituais e religiosas antigas foi o de mostrar a ilusão de se procurar a realização e a felicidade no desejo ilimitado de posse de bens materiais e o mal que é cobiçar o que pertence aos outros. Afinal, quando a cobiça domina, mais forte realiza o seu desejo por meio de violência e poder e impõe injustiça de sofrimento aos mais fracos. Além desses ensinamentos que colocam limites e até mesmo proibições, as grandes sabedorias do passado procuravam fortalecer o desejo de ser, de viver, como os mestres; o desejo mimético de representação.

É claro que essas sabedorias não eram a regra dominante nos antigos reinos e impérios. Como vimos no capítulo anterior, no mundo pré-moderno dominava a hierarquização e a separação entre pessoas “especiais” que podiam desejar livremente e as “normais” que não podiam. Em certa medida, as grandes figuras espirituais e religiosas do passado – como Lao-Tsé, Confúcio, Buda e Cristo – eram críticos da ordem social do seu tempo. Porém, na medida em que eles ficaram famosos, também foram usados e manipulados por reis e nobres para justificarem a ordem social injusta.

Eu fiz essa rápida referência ao passado para não cairmos no erro de ter uma visão homogênea do mundo pré-moderno e de suas sabedorias e tradições espirituais e achar que a solução é a volta ao passado que imaginamos hoje. Além disso, para reafirmar aqui o aspecto histórico-cultural do modo como lidamos com o desejo de ser e ter no capitalismo atual. Nos países onde a cultura capitalista neoliberal é a base da vida cotidiana das pessoas, há uma forte identificação entre o “ter” e o “ser”. Consumir cada vez mais e melhor se tornou o desejo que move a maioria das pessoas e que dá sentido aos seus projetos de vida. No fundo, esse meu desejo de comprar cada vez mais não é meu; é desejo de possuir o que outros apontam como os desejos deles. Em outras palavras, muito do que eu penso ser meu desejo é, na verdade, o desejo de outros interiorizados em mim. Todos, ou quase todos, pensamos que somos donos e senhores dos nossos desejos, mas no fundo cada um imita o desejo do outro.

E na medida em que todos, ou quase todos, estamos imersos na máquina cultura que espalha em todas as partes do mundo a identificação do ter com o ser, todos nós acabamos sendo prisioneiros inconscientes desse processo de imitação do desejo de consumir o que outro deseja. Nem sempre foi assim, e nem precisa

continuar assim. Apesar de que muitos pensam e propagam que não há alternativa, é possível encontrar outras formas de lidar com o desejo de ser mais humano.

Cap 7. Desejo de ser e o capitalismo

1. Produção em massa e a educação do consumidor.

Depois da II Guerra Mundial ocorreu uma grande transformação no interior do capitalismo. O aumento da capacidade de produção industrial, que já havia começado fortemente no início do século XX, tomou um grande impulso no esforço da II Guerra Mundial, especialmente nos Estados Unidos. Após 1945, uma grande parte da indústria que estava produzindo armamentos e outros equipamentos necessários para guerra passou a produzir bens de consumo para o mercado consumidor.

Assim, de repente, uma quantidade enorme de bens de consumo moderno passou a inundar o mercado e as grandes empresas tiveram o desafio de convencer pessoas a comprarem mais do que elas estavam desejando. Precisamos nos lembrar que a revolução industrial havia criado novas formas de produção e novos produtos, mas a população era ainda fortemente influenciada por valores e tradições do passado. Enquanto a elite política e econômica se sentia livre e com direito a consumo exagerado de bens de luxo, exatamente para mostrar que eles eram superiores e diferentes do resto do povo, a população em geral, mesmo a nova classe média emergente, ainda vivia uma cultura influenciadas por valores pré-modernos. Isto significava trabalhar duro, mas comedimento na hora de comprar bens considerados supérfluos ou de luxo.

O famoso sociólogo alemão Max Weber, que escreveu o clássico livro “A ética protestante e o espírito do capitalismo”, retratou a sociedade capitalista anterior ao boom do consumismo que iria ocorrer após a II Guerra Mundial. Por isso, em uma das afirmações mais famosas deste livro, Weber diz que o bem último dessa nova ética e espírito do capitalismo era a obtenção máxima de mais e mais dinheiro, combinado com o estrito afastamento de gozo espontâneo da vida, especialmente aquilo que o dinheiro poderia comprar. Trabalhar e ganhar cada vez mais dinheiro tinha se tornado o objetivo último da vida, mas não o consumir o máximo possível.

É importante ressaltar aqui que o Max Weber mostra que o capitalismo é a primeira sociedade em que as pessoas fazem do trabalhar para ganhar mais dinheiro o

sentido último da vida. Antes, as pessoas trabalhavam para viver. Quando tinham o suficiente para viver, paravam ou diminuía o ritmo de trabalho para usufruir a vida. Com o capitalismo, passaram a viver para trabalhar e ganhar dinheiro.

No que podemos chamar de primeira fase da cultura capitalista, a ética do trabalho duro e disciplinado foi ensinado para todos e o direito a acumular riqueza e usufruir uma parte dessa riqueza em consumo de luxo era reservado a uma pequena minoria.

Após 1945, há uma transformação cultural importante, sem que o objetivo de acumulação de riqueza seja abandonado. Se assim fosse, não seria mais o capitalismo. Aqui seria bom fazer uma diferença entre dinheiro e capital. O conceito capitalismo vem do capital, e não do dinheiro. Dinheiro é um meio que usamos para facilitar o processo de compra e venda e também para guardar nossa riqueza ou poupança para ser usado no futuro. Neste sentido, nem todo dinheiro é capital. Mesmo que seja uma quantidade imensa de dinheiro, se estiver guardado em casa para ser usado no futuro, não é capital. Capital é o dinheiro que se aplica nos negócios para ganhar mais dinheiro, isto é, para ter lucro.

Capitalismo é um sistema econômico-social que está estruturado em torno do objetivo de aumentar o capital através do aumento do lucro privado. Por isso, Michel Albert, um economista e empresário francês, no seu livro “Capitalismo Versus Capitalismo”, disse que “o oxigênio do capitalismo é a esperança do lucro” e disse que nunca devemos perguntar a um capitalista: “lucro para quê? ”, porque seríamos imediatamente expulsos dos santuários do capitalismo por ter “colocado em dúvida o artigo primeiro do novo credo: a finalidade do lucro é lucro. Neste ponto, não se transige”.

Se a busca do lucro cada vez maior continuou o mesmo, o que mudou foi o comportamento desejado da população em geral e, especialmente, dos consumidores; isto é, a parte da população da sociedade com dinheiro para poder comprar no mercado. Na medida em que as empresas aumentam cada vez mais a produção para aumentar as vendas e o lucro, é preciso que as pessoas passem a desejar a comprar mais e mais, mesmo que não necessitem.

Vimos antes, que nas sociedades pré-modernas, havia uma educação das pessoas para que controlassem os seus desejos pessoais, especialmente o de ter o que

o outro tem – o desejo mimético de apropriação –, para manter uma certa ordem e paz na comunidade. Isto é, para a maioria da população os desejos que geram rivalidade e conflitos deveriam ser controlados em nome de valores coletivos. Ora, isso é exatamente oposto do que a nova economia capitalista de produção em massa precisa. Por isso, mesmo antes da II Guerra Mundial, empresários visionários perceberam que as empresas só poderiam continuar produzindo e vendendo cada vez mais se a população fosse “reeducada” para se adequarem ao novo tempo.

Por isso, Edward A. Filene, um grande magnata de lojas de departamento nos Estados Unidos, disse em 1919 que a produção em massa exige que as massas sejam educadas a se comportarem como seres humanos em um mundo de produção em massa. Em outras palavras, o novo estágio do capitalismo exigia que as massas fossem “educadas” na cultura do consumo. Assim, a nova cultura, que começa a surgir no início do século XX e toma um grande impulso após a II Guerra Mundial, se dedica, não mais a controlar e limitar os desejos, mas a exacerbá-los e isentá-los de culpa. Mas, como podemos imaginar, nem todos os desejos são estimulados e vistos como isentos de culpa. Como em todas as sociedades, mesmo na sociedade que defende o direito e a liberdade de desejar, há uma regulação e critério para discernir os bons e maus desejos; os estimulados e os proibidos.

A cultura de consumo que surge, criada para educar as massas a comprar cada vez mais, reduz o campo dos desejos ao desejo de consumo de bens ofertados no mercado.

2. Educação para a cultura de consumo

No processo de educação do novo consumidor, a propaganda teve um papel importante. No primeiro momento, as propagandas tinham a função de explicar o funcionamento dos novos produtos que estavam sendo introduzidos no mercado que, que aos poucos, iriam modificar a vida cotidiana da classe média dos países ricos. Por exemplo, com a invenção e introdução no mercado de batedeiras para fazer o bolo ou máquinas de lavar roupa, as indústrias contratavam empresas de propaganda para que fizessem campanhas para mostrar as novidades e suas vantagens e ensinar as donas de casa como usá-las. Com passar do tempo e o aumento da concorrência entre empresas

que produziam mercadorias muito parecidas umas a outras, a propaganda passou a focar mais na relação afetiva entre os consumidores e as mercadorias.

Para muitos, pode parecer estranho essa expressão “relação afetiva” com as mercadorias de uma determinada marca. Relação afetiva é uma coisa que temos com pessoas e não com coisas. Mas, é exatamente essa novidade de relações afetivas com produtos e marcas que é um dos segredos da cultura de consumo. Diante de dois produtos quase idênticos, de empresas diferentes, qual é o critério de decisão para a escolha? Como uma propaganda pode influenciar o consumidor a escolher uma determinada marca, ao invés de outras, quando não há diferença significativa em termos de materialidade e funcionalidade? Essas foram perguntas chaves no setor da propaganda e nos departamentos de marketing. A resposta construída foi a de criar uma relação afetiva e de fidelidade entre o consumidor e a marca; uma relação de identificação entre o consumidor e determinadas marcas.

Com a globalização econômica, que a partir da década de 1980 criou um mercado consumidor em escala mundial, a disputa por “afeto” dos consumidores chegou a um nível não imaginado na primeira metade do século XX. Na década de 1980, um fenômeno mundial em termos de identificação de consumidores com uma marca, ou a associação de uma marca com um estilo de vida, foi o tênis Nike. No início da década de 1990, Nizan Guanaes, um publicitário brasileiro internacionalmente famoso, escreveu um artigo sobre Nike que nos dá uma ideia melhor do que estou querendo dizer com essa “relação afetiva”.

Ele disse que não há trabalho na área de marketing que lhe emocione ou que inveje mais do que o de Nike. Para ele, “Nike é sublime. Construção madura e violentamente sofisticada do que pode haver de mais poderoso no mundo do marketing: uma relação de afeto entre um produto e seu consumidor. Nike não é um tênis, um calçado, é um modelo de vida. Nike é um estilo e uma visão do mundo. Seus anúncios são evangélicos. Não vendem apenas, doutrinam. Não convencem só, convertem. (...) É este mundo de Nike que os sedentários como eu compram junto com o tênis. Nike faz o menino do subúrbio americano, o garotão do meio-oeste ou um waspzinho de Sutton Palace se sentir um jogador de basquete vindo do Harlem. (...) Nike faz a mulher separada e celulitária se sentir Fernanda Keller (uma famosa atleta brasileira) só porque deu três voltas no quarteirão. De Nike, é claro. Nike faz o

boy do Terceiro Mundo se sentir tão bem quanto se se tivesse cheirando cola. *Por isso um monte de boy que não podia ter Nike tem Nike. Porque se não tiver ele morre. Boy é cabeça, tronco e Nike.*”

Nos dias de hoje, Nike perdeu o protagonismo no mundo de marketing que tinha no passado e foi substituído por outras marcas, como Apple, com seus iPhone e iPad, mas a busca da criação dessa relação de afeto e de identificação com um estilo de vida continua valendo mais do que nunca. As grandes marcas não vendem um produto, um objeto material com certas funcionalidades que atende a determinadas necessidades específicas. Elas vendem um sonho, a promessa de realização de um desejo e um símbolo que mostra a outras pessoas quem o seu consumidor é. É claro que tudo isso vem incorporado em um objeto, mas o preço que as pessoas pagam e o modo como as pessoas o veem tem mais a ver com esse conjunto de coisas imateriais. É por isso que há pessoas que chegam a pagar vinte mil euros por uma bolsa Hermè ou Luis Vuitton, ou um milhão de dólares por uma Ferrari. Esses objetos não são simplesmente bolsa e carro.

Juntamente com essas inovações na propaganda, houve também um grande esforço de “educação” com a introdução de novos modelos de seres humanos, novos modelos de desejo. Cinema, televisão e outros meios de comunicação passaram a mostrar ao mundo novos modelos de seres humanos. Não mais pessoas que colocavam a honra e o dever para com a comunidade acima dos seus desejos pessoais, mas pessoas que buscavam o seu sucesso profissional e pareciam felizes aproveitando os prazeres que a nova vida moderna lhes proporcionavam.

Na medida em que, especialmente, a indústria de Hollywood e outros produtos culturais dos Estados Unidos chegavam a todos os lugares do mundo e venciam a concorrência com a indústria cultural local, o “American Way of Life”, o estilo de vida da classe média e rica dos Estados Unidos, passou a ser também o modo de vida desejado em todo o mundo. E com novo modelo de ser humano, surgem também novos desejos, fruto do desejo fundamental: o desejo de ter o que o modelo tem para ser como ele. Assim, pessoas de classe média e alta de todo o mundo passam a desejar mesmo tipo de produtos e marcas.

Na verdade, quando as pessoas desejam fazer parte desse mundo “glamoroso” que os meios de comunicação anunciam e desejam ser como esses modelos de ser

humanos, essas pessoas necessitam ter esses objetos. Se tiverem dinheiro suficiente, compram nas boas lojas. Se não, compram imitações ou falsificações baratas, ou roubam. Porque elas precisam sentir-se gente, precisam sentir-se reconhecidas como ser humano, e para isso precisam sentir-se pertencente a essa comunidade de consumidores.

Essa homogeneização de desejo no mundo é condição para o surgimento e crescimento do mercado consumidor mundial, que é necessário para a globalização econômica. E para realizar o objetivo de mais e mais lucro, é fundamental restringir os diversos caminhos do desejo de “ser” ao desejo de consumir o que os modelos globais anunciam. Por isso, as propagandas das grandes marcas não falam do produto, ao invés disso, anunciam o glamour da vida do ídolo, do seu estilo de vida, e de como ele tem e deseja a mercadoria anunciada.

3. A dimensão espiritual do consumo.

Nos dias de hoje, não importa em que lugar do mundo você está visitando como turista ou fazendo negócios; não importa quão estranho é para você a cultura do lugar, se o país estiver integrado na globalização econômica, você encontrará um “santuário” em que poderá se sentir em casa, em um ambiente familiar com objetos de seu desejo. Você já deve ter imaginado: este lugar é um Shopping Center.

Os Shopping Centers espalhados pelo mundo são mais do que simples centros comerciais, como poderia indicar uma tradução literal dessa expressão em inglês. Nas sociedades pré-capitalistas, o mercado local ou centro de compras era um espaço de interação humana, onde as pessoas iam para saber das últimas novidades e de troca de produtos ou de compra e venda de mercadorias necessárias para a vida da sua família. Os Shopping Centers de hoje, que não existiam antes de 1950, é muito mais do que isso.

Em todos lugares e tempos, os seres humanos sempre viveram uma vida de altos e baixos; dias melhores e dias piores. Quando enfrentamos um período em que nos sentimos existencial ou espiritualmente mal, isto é, quando nos sentimos menos humanos ou “impuros” ou “pecadores” (hoje em dia, em muitos lugares se usa a expressão “estar deprimido” para descrever essa situação), precisamos ir a algum lugar

e/ou encontrar alguém para recuperar a parte da nossa humanidade perdida e para nos purificar da impureza que nos faz sentir mal. Vamos para um lugar onde cremos que podemos encontrar a “força” e a “pureza” perdida.

Nas culturas pré-modernas, as pessoas iam a um “lugar sagrado” para, no contato com o Sagrado, recuperar essa força e pureza. Isso porque acreditavam que o Sagrado, Deus ou seres divinos (não importa como eram chamados) era a fonte do Ser que se buscava. É uma lógica bastante simples e clara: se eu perdi uma porção do meu “ser”, minha força e pureza, eu devo ir ao lugar onde está a fonte ou origem do “ser” e tentar recuperá-lo.

Essa lógica continua funcionando hoje. A grande diferença está na compreensão de onde está esta fonte do “ser”. Isto é, para onde as pessoas vão quando se sentem meio “deprimidas”. Eu fiz essa pergunta em diversas partes do mundo, e as pessoas sempre respondem: “shopping centers”. Isso não é de surpreender depois do que vimos até aqui. A cultura do consumo é muito mais do que simples constatação de que as pessoas gostam de consumir. As pessoas buscam a realização do seu desejo de “ser” e a necessidade de reconhecimento através do consumo de mercadorias desejadas por outras pessoas. Assim, é de esperar que o lugar onde as pessoas vão para recuperar o seu ser perdido seja exatamente os Shopping Centers.

Em muitas dessas ocasiões em que faço essa pergunta, eu costumo mostrar fotos de grandes catedrais e templos do passado ao lado das fotos de shopping centers. As pessoas ficam realmente admiradas com as semelhanças arquitetônicas. Isso também não deveria nos surpreender tanto, pois os arquitetos das grandes catedrais e templos do passado e dos grandes shopping centers do presente projetaram edifícios que têm funções similares. Não é que muitos estudiosos da cultura se referem aos shopping centers como “templos do consumo”.

Essa dimensão religiosa ou espiritual dos shopping centers faz parte de um processo mais amplo. A espiritualidade trata, no fundo, da eterna busca humana pelo desejo de “ser”. Os mestres espirituais são aqueles que tiveram experiências, iluminações ou revelações que lhes fizeram conhecer um caminho para o “ser” além das aparências e das convenções sociais dominantes. Por isso, os grandes mestres espirituais do passado propuseram modos de vida que eram alternativos à obsessão

do desejo mimético de apropriação, o desejo de ter o que o outro tem para possuir o ser que ele parece ter.

Este tipo de mestres espirituais ou de espiritualidades não são adequadas ao capitalismo contemporâneo e foram aos poucos sendo expulsos da vida cultural. Entretanto, essa expulsão não resolve todo o problema porque o desejo humano que tem a ver com a espiritualidade continua em nós. Novamente aqui o mundo da propaganda e marketing faz o seu trabalho: apresenta o consumo de mercadorias de marcas famosas como um caminho espiritual. Para isso, fala explicitamente na dimensão espiritual das marcas.

Alguns dos grandes nomes de marketing, como Philip Kotler, estão falando dessa dimensão espiritual das marcas. Eles dividem marketing em três fases. Na primeira, o que chamam de Marketing 1.0, o esforço do pessoal de marketing foi o de mostrar que o seu produto tinha uma melhor performance do que de outros; no Marketing 2.0, o trabalho foi de agregar a dimensão emocional para fortalecer a ligação com o consumidor. Agora estaríamos entrando na fase do Marketing 3.0, onde os marqueteiros estão adicionando a dimensão espiritual. A partir disso, eles buscam uma maior fidelidade (uma palavra que tem relação com a fé) do consumidor em relação à marca. É claro que os marqueteiros não estão se referindo a uma espiritualidade que explicitamente faça referência aos deuses ou a um mundo sobrenatural, mas sim somente a dimensão espiritual humana. Mas, isso não faz diferença. Porque toda nossa reflexão até aqui foi em termos da busca humana pelo “ser”, sem necessidade de incluir a noção de deuses ou do mundo sobrenatural. Espiritualidades explicitamente religiosas fazem parte do campo espiritual mais amplo, que é o da busca humana pelo “ser” e o sentimento de pertencer a algo maior do que si próprio.

4. A corrida sem fim dos desejos e a inveja.

Há um outro aspecto fundamental na cultura do consumo como um instrumento necessário do capitalismo atual. Michel Albert nos alertava que não se deve perguntar a um genuíno capitalista: “lucro para quê?” Lucro existe para gerar mais lucro. Isto é um dogma inquestionável do capitalismo. Não há limite para o lucro,

porque no fundo não há limite para o desejo da elite econômico e político pelo poder, dominação e o “ser”. A lógica do lucro para gerar mais lucro só pode funcionar na medida em que os consumidores consumam continuamente, sem fim. Isto é, na medida em que não exista a noção do “suficiente”.

Como as culturas pré-modernas insistiam muito na aceitação dos limites da condição humana e, portanto, limites ao desejo, para a consolidação do capitalismo foi fundamental a substituição da noção de “ter o suficiente” pela promessa de que todos os desejos humanos poderiam ser satisfeitos pela acumulação ilimitada de riqueza. Enquanto houver desejos ainda não satisfeitos, não temos o suficiente. Precisamos mais.

A afirmação de Fukuyama, de que “A tecnologia torna possível o acúmulo ilimitado de riqueza, e portanto, da satisfação de um conjunto sempre crescente de desejos humanos”, que vimos antes, é uma síntese de um sonho e promessa compartilhada e anunciada por muitos defensores da modernidade capitalista. Tão anunciada e sonhada que hoje se tornou quase uma verdade inquestionável. A satisfação de todos os desejos se tornou o sentido último da vida, até mesmo um dever que cada indivíduo deve realizar.

Alguém poderia objetar dizendo que as pessoas não costumam discutir ou falar sobre essa promessa. Mas, este é o segredo. Não é mais debatido porque se tornou a base a partir da qual nós interpretamos a realidade e tomamos as decisões mais importantes da vida pessoal e da sociedade. Ninguém discute o que é óbvio para todos. Só aqueles que não compartilham essas premissas é que colocam o tema em debate, como estamos fazendo aqui.

Esta busca da satisfação de todos os desejos, especialmente os desejos de consumo, é uma corrida sem fim por diversos motivos. O primeiro é porque não há um ponto de chegada. Como se busca a acumulação ilimitada ou o consumo ilimitado, o ponto de chegada se distancia de nós na medida em que tentamos nos aproximar dele. Por detrás disso está o fato de que o desejo humano, por sua própria natureza, é ilimitado. Por isso, só uma acumulação ilimitada de riqueza ou de objetos do desejo poderia satisfazer esse caráter ilimitado do desejo. Em uma parte, a promessa capitalista está correta: para realizar o desejo ilimitado é preciso obter os meios para

isso em quantidade ilimitada. Porém, está errado ao pensar que esse ilimitado pode ser alcançado por seres humanos.

Em segundo lugar, o nosso desejo não é por objetos determinados, mas sim por objetos que nossos modelos de desejo têm e/ou desejam. Porém, os nossos modelos de desejo também imitam o desejo dos seus modelos e estão continuamente desejando novos objetos. Essa mudança de objeto de desejo é também uma forma de o modelo impedir que o seu discípulo consiga imitá-lo perfeitamente. Assim, quando conseguimos o objeto que desejo por imitação ao modelo, ele já não deseja mais esse e deseja outro; o que nos leva a correr atrás do novo objeto de desejo. É fácil imaginar que indústrias e agências de propaganda potencializam essa ciranda de novos desejos sempre lançando novidades e atraindo os desejos dos consumidores para essa nova promessa do “ser”.

É importante lembrar aqui que a dinâmica da imitação do desejo não é uma criação do capitalismo, faz parte da condição humana e das relações interpessoais. O que o capitalismo e a cultura do consumo faz é canalizar toda ou quase toda energia de desejo ao desejo de consumir. Assim, a energia do desejo humano é colocada a serviço da máquina de fazer dinheiro do capitalismo.

Essa dinâmica do desejo infinito de ter para realizar o desejo de ser alimenta o louco sonho do capitalismo de acumulação ilimitada. E um dos efeitos gravíssimos dessa loucura é a crise ambiental que enfrentamos hoje. Quando eu falo “loucura” aqui, não estou dizendo que é algo estúpido ou insano. Loucura tem a sua racionalidade e funciona até que os limites do mundo real entrem em choque com o mundo regido pela loucura. A loucura da busca da acumulação ilimitada tem a sua própria racionalidade, a sua ciência econômica, mas os limites da natureza estão entrando em choque com essa lógica e cobrando o seu preço através de crises ambientais. Esse é um assunto fundamental hoje, mas foge do nosso assunto principal. Por isso, voltemos.

Em terceiro lugar, essa é uma corrida sem fim porque por esse caminho não se chega ao destino desejado. No fundo, o que as pessoas, capitalistas ou trabalhadores, ricos ou pobres, desejam é viver uma vida boa e feliz. Para isso precisam ter as condições econômicas e materiais suficientes para uma vida confortável e viver relações de reconhecimento mútuo que lhes satisfaçam, na medida do humanamente

possível, o desejo de “ser”. E, por mais que tentemos nos enganar, o “ter” não é igual a “ser”.

Contudo, como na nossa cultura de consumo, as pessoas são reconhecidas ou não, e medidas em seu “valor” por sua capacidade de consumo, por aquilo que mostram consumir, parece que não temos alternativa a não ser continuar no caminho do consumo sem fim. Caminho esse que está nos levando ao abismo do vazio existencial, da destruição do meio ambiente natural e degradação da vida social. As pessoas ricas não conseguem sair da sua obsessão e ansiedade de consumo e, por isso, nunca estão satisfeitas com o muito que já têm e procuram aumentar suas riquezas às custas da exploração dos trabalhadores e do uso dos recursos e políticas do Estado para seus interesses próprios. Assim, a ganância, que no passado era considerado um vício, tornou-se uma virtude fundamental para essas pessoas.

Ao mesmo tempo, os pobres são tratados como indivíduos de segunda categoria por que não são consumidores competentes e não são reconhecidos socialmente como pessoas com dignidade e direitos. Por isso, os seus graves problemas não são considerados por muitos como prioridades reais da sociedade.

Sem desconsiderar as profundas diferenças nas condições de vida das pessoas ricas e pobres, é preciso ter claro que todas as pessoas que vivem mergulhadas nessa cultura compartilham do sentimento de culpa. Culpa por não consumir o suficiente, aquilo que deveria consumir. A palavra “suficiente” aqui é paradoxal: vivemos em uma sociedade em que não aceita a noção de “consumo suficiente” porque é preciso alcançar o ilimitado; mas, ao mesmo tempo, uma pessoa só se sente livre desse sentimento de culpa se conseguir atingir um nível mínimo considerado “suficiente”. Como não há essa linha marcando o limite do suficiente, não importa quanto uma pessoa possa consumir, sempre estará com sentimento de culpa.

Esse peso da culpa recai muito mais sobre adultos pobres que, além de sentirem fracassados no seu dever de consumir, se sentem culpados por não serem capazes de realizar o desejo de consumo de seus filhos. Afinal, a socialização do desejo de consumo realizada por meios de comunicação atinge toda a população, não importando se têm ou não dinheiro para consumir. O peso do sentimento dessa culpa imensa pesa sobre os ombros dessas pessoas até ao ponto de encurvar os seus corpos. O irônico e triste é que essa culpa é indevida.

Walter Benjamin, um importante filósofo judeu-alemão que morreu na II Guerra Mundial, escreveu na juventude, em 1921, um pequeno texto de anotações que só foi publicado em 1985, 45 anos após a sua morte. Neste texto, “Capitalismo como religião”, ele diz que o capitalismo tomou o lugar das religiões tradicionais e realiza as funções sociais que na antiguidade era das religiões. E esta nova forma de religião está centrada na consciência de culpa, uma culpa sem fim, sem perdão ou redenção.

Como não há medida objetiva para ver se a pessoa está se aproximando da realização do seu desejo, nem um objeto de desejo mais estável – como, por exemplo, um monge budista desejando tornar-se mais paciente através da meditação ou um militante social desejando construir relações sociais mais justas para os pobres – que possa servir para medir o seu progresso ou não, as pessoas dependem exclusivamente do reconhecimento e aclamação de outros para seu auto avaliação. Porém, outras pessoas não são juízes neutros nessa avaliação, são pessoas que estão concorrendo comigo na rivalidade do desejo mimético. Pois, eu desejo ser reconhecido, não por qualquer um, mas por aquelas pessoas que eu admiro e desejo ser como elas. Isto é, quero ser reconhecido e admirado por pessoas que têm mesmos desejos que eu.

Dessa forma, eu sei que avancei no caminho da realização na medida em que sou aclamado por meus competidores que reconhecem que eu venci na rivalidade do desejo mimético e consegui o objeto que eles também desejam, mas não conseguiram. Em outras palavras, eu sei que estou progredindo na medida em que outras pessoas que eu admiro sentem inveja de mim. Eu não busco a estima de outras pessoas que reconheço que tem o ser que eu desejo, mas sim quero provocar inveja nelas. A inveja delas por mim é que me dá auto avaliação de progresso no meu desejo.

Danusa Leão, uma pessoa frequentadora da alta sociedade brasileira que escreve crônicas e livros sobre esse ambiente, uma vez escreveu: “Tem graça jantar com Madonna e ninguém saber? Claro que não. Aliás, de que adianta ter todas as glórias da vida - não que jantar com Madonna seja uma delas, apenas um exemplo -, se as amigas não vão saber e se esse acontecimento não chegar aos ouvidos das inimigas, sobretudo? [...] qual o interesse em desfilas usando joias, ter uma BMW ou aparecer na televisão? Para que vejam e comentem, com admiração ou inveja; e também - por que não dizer? - para dar raiva nos outros”.

Eu não quero discutir aqui se provocar inveja é algo moralmente bom ou mal. O mais importante aqui é a contradição lógica dessa busca da realização pessoal através da vitória na batalha em torno do quem é capaz de provocar mais inveja nos outros. Toda essa disputa tem o seu início na luta por reconhecimento. Como vimos nos capítulos anteriores, a busca de ser reconhecido por alguém nos leva a uma condição em que eu não tenho controle do processo. O reconhecimento que nos satisfaz é aquele que nos é dado na liberdade. Porém, sociedades não funcionam em total liberdade, sem nenhuma regras que as organizem. Por isso, cada sociedade cria um conjunto de regras para o processo de reconhecimento mútuo. No caso do capitalismo atual, a busca do reconhecimento se dá via o provocar admiração e inveja naqueles que eu reconheço como tendo o ser. Em outras palavras, eu busco ser reconhecido por uma pessoa que eu reconheço que tem o ser que eu desejo e, aqui vem o ponto importante, vencendo-o na luta por conseguir o objeto desejado também por ele.

Só que o reconhecimento que obtenho após a vitória é um reconhecimento de alguém que foi derrotado por mim. Portanto, por alguém que eu não mais admiro. O reconhecimento que me satisfaz é aquele que vem de alguém igual ou superior a mim. Por isso, a inveja que eu consegui provocar não é suficiente para satisfazer o meu desejo de reconhecimento por alguém que eu admiro. Sendo assim, sou obrigado a entrar de novo em competição. E dentro dessa lógica, uma vitória ou derrota, não importa, sempre me deixa insatisfeito e ansioso por uma nova competição por novos e mais consumos e conquistas. Uma lógica ideal para um sistema fundado no objetivo de ter mais lucros para obter mais lucros ainda.

Se não escaparmos desse labirinto – dessa louca e contraditória busca de reconhecimento e o desejo de ser seguindo as regras da cultura de consumo do capitalismo atual – não conseguiremos superar essa ansiedade de comprar algo que não sei o que é, nem o sentimento de culpa por não realizar uma obrigação impossível.

5. Rockefeller e o modelo de desejo.

David Rockefeller, banqueiro e um dos principais nomes da famosa família Rockefeller – um dos ícones do capitalismo mundial –, escreveu um livro de memórias contando a sua vida. Falando da sua infância que passou na casa dos seus pais, ele diz: “Exceto por Louise e alguns filhos dos empregados da propriedade, eu não tinha muita companhia. Às vezes levava alguns amigos de fora para o fim de semana, mas com mais frequência passava meus dias sozinho. Apesar disso, a propriedade era um paraíso para uma criança. Quando estava no início dos meus dez anos, meu pai construiu uma grande casa de jogos no alto da colina de Abeyton Lodge com uma academia de ginástica, piscina coberta, boliche, quadra de squash [...] Havia um número infinito de lugares para brincar, mas lembro-me em geral de ter brincado sozinho ou com um tutor que vinha para o fim de semana”.

Uma casa só de jogos, no alto da colina, com um número “infinito” de lugares para brincar! Realmente deveria ser uma propriedade e tanto. Um lugar que qualquer criança consideraria um paraíso. Mas, o que é um paraíso? Paraíso é uma imagem que sintetiza o mundo que desejamos do mais profundo do nosso coração. Cada povo, em cada tempo, produziu e produz a sua imagem de paraíso, tenha ou não esse nome.

O paraíso que Rockefeller se refere é a casa e o conjunto de brinquedos e jogos disponíveis. A casa é um paraíso porque é a materialização do sentido último da vida, ou melhor, algo concreto que sinaliza a realização parcial do seu sentido último da vida: a acumulação ilimitada da riqueza. Isto porque o paraíso é a projeção de uma situação onde se vive em plenitude o que a comunidade pensa como o sentido último da vida. Só que o de Rockefeller era um paraíso meio solitário: “Às vezes levava alguns amigos de fora para o fim de semana, mas com mais frequência passava meus dias sozinho. Apesar disso, a propriedade era um paraíso para uma criança.” Este “apesar disso” mostra que havia algo de errado, algo que não lhe satisfazia. Mas, na cabeça da criança, ou do Rockefeller adulto que olha para o seu passado, prevalece a mentalidade capitalista: o mais importante não é o relacionamento com outras crianças, mas sim a riqueza da propriedade e a quantidade de jogos disponíveis. A posse dos bens fala mais alto do que o relacionamento humano e, assim, ele prefere a solidão no paraíso.

Na verdade, o próprio Rockefeller admite que a sua infância naquela propriedade, que ele considerava um paraíso, não era o melhor para uma criança. Ele

reconhece isso ao dizer: “Nunca fiz parte de um grupo, como a maioria das crianças cujos pais passavam o verão em Seal Harbor. Não tenho certeza de ter percebido o que estava perdendo na época. Gostava de uma série de tutores franceses que meu pai escolhera para me fazer companhia, e eles faziam o melhor que podiam para me divertir, mas eram substitutos inadequados para a companhia de crianças de minha idade.”

Ele havia perdido algo importante na sua infância: a alegria de brincar com os amigos, que faz uma infância ser mais feliz. Casa luxuosa, brinquedos caros e sofisticados e tutores dedicados não substituem a companhia de crianças da sua idade. Uma conclusão sábia. Mas se ele realmente tivesse reconhecido a importância dos relacionamentos humanos e o papel de meio, de mediação, dos bens materiais (brinquedo existe para ser brincados com amigos), ele não teria afirmado que a casa era um “paraíso”.

Contudo, as suas memórias mostram uma pessoa dividida entre a cultura capitalista – a busca da acumulação da riqueza e do valor econômico como o critério de discernimento na e da vida – e o bom senso humano que nos mostra que há outras coisas mais importantes e significativas para as nossas vidas. Essa contradição interna aparece em alguns momentos, como quando ele fala do seu relacionamento com o seu pai.

Ele descreve: “Embora eu tivesse 19 anos, foi a primeira vez de fato que meu pai e eu ficamos sozinhos por algum tempo. Ambos estávamos relaxados, e ele falou abertamente de si mesmo e de sua infância. Foi um dos melhores momentos que passamos juntos.”

O pai de David sempre provera as suas necessidades e desejos, mas até os seus 19 anos nunca tinha tido tempo para ficar com ele por algum tempo. E este momento foi um dos melhores que ele passara com o seu pai em toda sua vida, muito mais importante do que quando o seu pai lhe passou uma parte da sua fortuna. Por quê? Porque ambos estavam relaxados, “e ele falou abertamente de si mesmo e de sua infância”. Isto é, o seu pai compartilhara com ele a sua história, o seu ser e, talvez, também as suas lágrimas, frustrações e dores. As lágrimas, frustrações e dores não são mencionadas por David, são imaginações minhas sobre uma conversa “de coração aberto” entre um pai e um filho.

Estas memórias e reflexões mostram que mesmo um Rockefeller tem dúvidas sobre a validade do sentido último da vida que move as sociedades capitalistas. Se a casa maravilhosa é um paraíso meio triste e solitário, não é paraíso. Se essa casa não é paraíso, o ganhar mais dinheiro para ganhar mais dinheiro e ostentar a mais riqueza não é um bom sentido último para as nossas vidas. Se for, é um sentido triste e solitário, que ao invés de verdadeiros amigos reúne concorrentes na luta para provocar invejas nos “amigos” e principalmente nos inimigos.

Precisamos encontrar um outro caminho.

Conclusão. Caminhos sábios para o desejo.

Um sábado de manhã, eu estava saindo de carro para comprar algo e resolvi chamar minha filha mais velha para ir comigo. Na época, ela tinha seis anos e eu queria aproveitar essa saída para passear com ela de carro. É claro que ela ficou muito contente e entrou no carro toda animada. No meio da excitação do passeio inesperado com seu pai, ela me disse de repente: “pai eu quero ter um montão de brinquedos, muitos brinquedos!”. Uma frase típica do nosso tempo e das crianças que assistem pela televisão a sedução de tantos e tantos brinquedos.

Controlei o meu impulso de querer fazer um “sermão” sobre o mal do consumismo, coisa que ela não entenderia nada, e calmamente eu lhe perguntei: “o que você quer: um montão de brinquedo, sem amigos para brincar, ou alguns brinquedos e amigos para brincar com esses brinquedos?” Na hora ela não soube me responder e ficou quieta. Talvez ela tenha se surpreendido com uma pergunta inesperada. Provavelmente ela esperava que eu respondesse: “eu vou te comprar” ou, então, a famosa e fácil resposta dos pais nesse tipo de ocasiões: “não tenho dinheiro para isso”.

A negação do pedido com a resposta “não tenho dinheiro”, na verdade, é uma afirmação da validade do desejo. É como se disséssemos, “você está correto no seu desejo, mas não posso realiza-lo para você porque não tenho dinheiro suficiente”. Assim, a criança cresce aprendendo que o único empecilho para a realização desse desejo bom é a falta de dinheiro. Com isso, ela aprende que o segredo para a realização de todos os desejos não satisfeitos é a acumulação infinita do dinheiro. Exatamente o que disse Fukuyama sobre a realização do paraíso na Terra através do capitalismo.

A minha pergunta a deixou pensativa e em silêncio por muito tempo. Eu já tinha esquecido do assunto, quando ela, de repente, me respondeu: “pai, eu quero alguns brinquedos e amigos para brincar!”. Ela tinha passado aquele longo tempo imaginando as duas situações: se vendo sozinha com muitos brinquedos e, depois, com alguns brinquedos e amigos. Imagino, pelo tempo que passou, que ela deve ter ido de uma cena a outra tentando descobrir qual era a melhor. Na nossa cultura, a imagem de ter muitos e muitos brinquedos (ou outros objetos de desejo) é realmente

muito tentador. Mas, ela já sabia o que é brincar sozinha, pois seu irmãozinho só nasceu quando ela tinha cinco anos. Na segunda cena, provavelmente ela sentia falta de muitos brinquedos que ela tinha imaginado na primeira, mas tinha a vantagem de ter amigos para brincar juntos. Após refletir muito, ela chegou a uma conclusão.

A escolha entre riqueza e amizade não é uma decisão muito fácil. A história nos mostra que nunca foi, mas se tornou muito mais difícil no capitalismo. Ou melhor, na cultura de consumo, a balança tende muito mais para riqueza. Ao escolher a acumulação de riqueza, sempre podemos nos enganar dizendo que a riqueza nos permite ter muitos amigos. O problema é que nunca sabemos direito se são realmente amigos ou estão somente atraídos pela riqueza.

É claro que a pergunta que fiz à minha filha de seis anos não implicava nessa opção de assumir ou não os valores da cultura de consumo capitalista, mas, no fundo, tinha relação com isso. Eu penso que a resposta que ela escolheu foi um caminho sábio. Pois brinquedos são bons porque servem para brincar; e brincar é muito bom quando o fazemos junto com amigos.

Uma criança que quer acumular muitos brinquedos tem muita dificuldade em brincar com outras crianças, pois costuma ter ciúme dos seus brinquedos; além de que não dá para brincar com todos os brinquedos ao mesmo tempo e se gasta tempo demais para decidir com o qual brincar, sem falar nas brigas e invejas. O desejo de acumular não combina bem com a amizade. Na maioria das vezes, o desejo de acumular para além do razoável para a vida tem a ver com o desejo de ser reconhecido como “superior”, que implica no desejo de gerar inveja nos outros. E a inveja produz ressentimento, que destrói as relações de amizade.

Amizade é algo muito diferente. Sabemos que somos realmente amigo de alguém quando o sucesso dele produz em nós alegria, e não inveja e ressentimento. Ser amigo é se alegrar com a alegria do outro, e se entristecer com sua tristeza. Amizade é um querer bem ao outro que é capaz de superar conflitos e invejas, que surgem em qualquer relação humana. Amizade não previne o surgimento de conflito e inveja, mas tem força para superar esses sentimentos destruidores de boas relações humanas.

Entre amigos, não há sentimento de superioridade ou inferioridade, não importa a classe social, o gênero ou a cor da pele. Porque na amizade o que conta não

é a riqueza acumulada, a superioridade masculina (nas sociedades patriarcais) ou a cor branca (nas sociedades racistas), mas sim o reconhecimento mútuo, livre e gratuito (sem exigência de nada) da amizade. Na amizade conhecemos as pessoas como elas são, e não como parecem de acordo com as classificações da sociedade ou de nossos preconceitos.

É na relação de amizade que obtemos o reconhecimento humano que necessitamos e desejamos para nos sentirmos e tornarmos mais humanos. Por isso, penso que a resposta da minha filha foi a melhor.

Contudo, não podemos cair na ingenuidade de pensar que a resposta que ela deu aos seis anos de idade, diante de uma pergunta bem concreta do seu pai, tenha definido o caminho dos seus desejos e da sua vida. As propagandas e os meios de comunicação, a pressão social e o próprio desejo de ser aceito ou reconhecido por grupos sociais que são vistos como “referência” na sociedade são forças poderosas que nos atraem a esse desejo insaciável de consumir e consumir.

Como vimos antes, esse desejo insaciável nos leva a uma ansiedade e uma frustração sem fim por não realizar em nós a promessa da satisfação do desejo de um reconhecimento que nos faça sentir humanos e livres. Mais do que essa questão pessoal, o sistema capitalista, com sua voracidade de acumulação de riqueza e sua cultura de consumo sem fim, é um dos principais, se não o principal responsável, na crise ecológica que estamos enfrentando. Uma boa parte da população mundial já tem consciência dessa crise ambiental, mas uma grande parte dela continua desejando de acordo com a cultura de consumo. Assim, mesmo que saiba do problema e apoie o discurso ambientalista, os seus atos cotidianos são dirigidos, de modo inconsciente, por seus desejos de se realizar como ser humano através da imitação do consumo dos mais ricos e ostentadores.

Como já mostrou Sigmund Freud, a nossa consciência não é senhora da nossa vida e das nossas decisões cotidianas, mas sim o desejo inconsciente. Isso não quer dizer que o nível da razão científica ou da argumentação razoável – como a que eu tive com a minha filha, ou como a que tive com meu filho e narrei na introdução – não sejam importantes. Se eu não acreditasse no papel da razão e do diálogo razoável na solução de nossos problemas pessoais e sociais, todo este livro não teria sentido. Mas,

a razão, por mais que seja necessária, não é suficiente. Uma boa razão é aquela que reconhece seus próprios limites.

Para além da razão e junto com a razão, precisamos mudar o desejo das pessoas e da sociedade. Como seres humanos, somos livres, mas não temos todas as liberdades que desejamos ou podemos imaginar. Por exemplo, não temos a liberdade de não desejar, ou a liberdade de não necessitar ser reconhecido por outras pessoas. Mas, temos sim uma liberdade fundamental no que tange ao desejo: a liberdade de escolher o nosso modelo de ser humano, o modelo de desejo. Se nós desejássemos algo porque esse objeto é tão desejável que não temos a liberdade de não o desejar, nós não seríamos seres livres, mas sim escravos de nossos instintos e desse desejo inevitável. A nossa liberdade em relação ao desejo consiste exatamente no fato de que nós desejamos por imitação ao desejo de nosso modelo. Isto é, nós somos livres porque temos a liberdade de escolher, de trocar, o nosso modelo. O que significa que temos a liberdade de escolher por quem desejamos ser reconhecidos.

Por sermos livres, podemos sim nos rebelar contra a imposição do modelo de desejo que a cultura de consumo capitalista exerce sobre a sociedade e nossa vida. Podemos escolher outros modelos de ser humano que nos indiquem outros estilos de vida que sejam mais humanizadoras, que não sejam baseadas na concorrência da inveja e que nos possibilitem um reconhecimento mútuo sem vencedores ou vencidos. Só assim poderemos usufruir da alegria de ser reconhecido como pessoa por seus iguais, e compartilhar juntos a aventura do bem viver.

Felizmente, a história humana nos oferece muitos modelos alternativos de ser humano. Nos tempos modernos, eu penso, por exemplo, em Nelson Mandela, homem que passou quase toda sua vida adulta em prisão por causa da sua luta contra apartheid e ainda foi capaz de perdoar os seus opressores e buscar a reconciliação entre negros e brancos a fim de construir um novo país onde todos tivessem lugar. Ou em Madre Teresa de Calcutá, que passou uma vida trabalhando em favor dos mais pobres e humilhados em todo o mundo. Há muitas pessoas assim conhecidas entre nós, assim como pessoas não tão conhecidas e famosas que conhecemos e admiramos como ser humano.

A liberdade e a “conversão”, a mudança profunda de vida, consiste exatamente em descobrir um novo modelo de vida que nos faz ver que seguíamos modelos errados

e mudar de modelo. É a alegria de descobrir um novo modelo que realmente pode nos mostrar o caminho da verdadeira humanização. No fundo, as grandes tradições religiosas da humanidade têm a ver com isso. Por exemplo, ser budista é assumir Siddhārtha Gautama, Buda, como modelo de ser humano e de desejo e imitar, seguir, os seus desejos e o seu caminho. Assim como, ser cristão é assumir Jesus Cristo como o modelo de ser humano e imitar os seus desejos e o seu caminho de vida.

No final do capítulo anterior, eu apresentei uma das grandes figuras do capitalismo, David Rockefeller, um dos mitos modelos do empresário bem-sucedido. Frente a ele, eu contrapus a singela alternativa da resposta da minha filha de 6 anos. À primeira vista, essa comparação parece totalmente desproporcional; mas, muitas vezes, encontramos verdadeiros tesouros nos lugares menos valorizados, junto a pessoas não reconhecidas pela sociedade. Assim como são desvalorizados alguns dos mestres espirituais e sábios do passado que ainda têm muito a nos ensinar.

Eu não penso que a alternativa à cultura capitalista de hoje está na volta ao passado. Mas, com certeza, penso que podemos recuperar e aprender muitas coisas valiosas dos sábios do passado, especialmente de tradições que vem de milhares de anos. Afinal, tecnologias mudaram muito e mudam continuamente, cada vez mais rapidamente, mas os desejos mais profundos dos seres humanos não mudam nessa velocidade e alguns permanecem inalterados.

E nesta busca, talvez não encontremos uma resposta plenamente satisfatória, muito menos um caminho definitivo. Mas, se caminhararmos com ouvidos e olhos atentos, poderemos descobrir que a satisfação do nosso desejo mais profundo não se encontra no final da jornada, mas no caminhar juntos com outras pessoas com quem compartilhamos a busca; no reconhecimento mútuo, livre e gratuito, dessas pessoas com quem aprendemos o sentido profundo de “sermos amigos”.

Ao aprendermos esse sentido profundo de “ser amigo”, aprendemos também a ver outras pessoas com um olhar “puro”, um olhar capaz de reconhecer nela a dignidade humana, não importando a sua condição social. E assim, seremos também capazes de nos ver e reconhecer em nós um ser humano digno, não importando como nos olham as pessoas que veem o mundo através dos preconceitos da sociedade.

Se isso ocorrer conosco, terá valido a pena viver e o mundo terá se tornado um lugar melhor.

Sumário

Cap. 1. “Pai, preciso comprar algo!”	1
Cap 2. Por que desejamos o que desejamos?	7
1. “É obsceno, mas é bom ter o que poucos têm”	7
2. Desejo que nasce da inveja alheia.	10
3. Um carro pequeno e o valor do professor.	13
Cap 3 Para viver necessitamos de comida, mas também de reconhecimento.....	18
1. Nós não temos a vida, apenas vivemos.	18
2. Aprendemos porque imitamos.	20
3. Necessidade de reconhecimento.	23
4. A fome e o reconhecimento humano.	27
Cap 4. Necessidade e desejo de reconhecimento.	30
1. Reconhecer e ser reconhecido.	30
2. Máquinas que se reconhecem e a interioridade.	33
3. Reconhecimento insuficiente.....	36
4. Reconhecimento que desejamos.	41
5. Reconhecimento, liberdade e a regulação social.....	44
Cap 5. Desejo e a regulação social	46
1. Dever, honra e desejo.	46
2. O eu e o meu desejo.....	51
3. A igualdade e a universalização do direito ao desejo sem limites.	54
4. O mito do progresso tecnológico e a satisfação ilimitada dos desejos.	57
Cap 6. O meu desejo é meu mesmo?.....	63
1. Muitos brinquedos, duas crianças e uma briga.	64
2. Somos seres de desejo, mas não sabemos o que desejar.	67
3. Dois tipos de desejo mimético e a culpa.....	70
4. Caminho equivocado do desejo.	73
Cap 7. Desejo de ser e o capitalismo.....	78
1. Produção em massa e a educação do consumidor.	78
2. Educação para a cultura de consumo	80
3. A dimensão espiritual do consumo.	83
4. A corrida sem fim dos desejos e a inveja.	85
5. Rockefeller e o modelo de desejo.	90
Conclusão. Caminhos sábios para o desejo.	94