

O desmoronamento mítico e o discurso do consumo

The mythical collapse and the speech of consumption

Loah Miranda Frota¹

Carlos Velázquez Rueda²



Resumo

A sociedade moderna volta-se cada vez mais para o consumo. Os valores existenciais do sujeito dessa sociedade norteiam-se, então, segundo seu discurso, o discurso do consumo, postulado pela cultura de massa, que produz mitos de forma industrial, segundo a lógica mutante e indefinida das estratégias de mercado. A cultura de massa fundamenta-se, então, por meio de uma contradição: apresentar e revestir de uma simbolização incompleta os processos míticos e religiosos, que passam a realizar-se nos campo terreno e profano. Este trabalho coloca o confronto entre o discurso da sociedade de consumo e o discurso mítico, de forma que se torne possível um aprofundamento acerca do modo de ser do homem moderno, de acordo com os espaços vazios de referencial com os quais se depara, tendo em vista que ele precisa de um suporte de representação para que tenha contato com a experiência de existir no mundo. Esse suporte poderia ser encontrado segundo uma referência mítica, mas esta foi destituída pelo discurso do consumo, que é incapaz de substituí-la. Para o desenvolvimento desse estudo, utilizou-se as pesquisas bibliográfica, documental e entrevista aberta.

Palavras-chave: **Mito. Cultura de massa. Consumo.**

Abstract

The modern society turns each time more towards consumption. The existential values of the subject of this society are guided, then, according to its speech, the speech of the consumption, postulated by the mass culture, which produces myths industrially, according to the indefinite and ever changing logic of market strategies. The mass culture is based then by means of a contradiction, to present and to cover with an incomplete symbolization the mythical and religious processes, which will now be developed in a profane and earthly field. This work places the confrontation between the consumption society speech and the mythical speech, in the way of enabling a deeper knowledge on the way of being of the modern man, according to the empty referential spaces with which he comes across, seeing that he needs a representation support so that he has contact with the experience of existing in the world. This support could be found according to a mythical reference, but it was dismissed by the speech of the consumption, which is incapable of substituting it. For the development of this study, it was used bibliographical and documentary research and open interview.

Keywords: **Myth. Mass culture. Consumption.**

Introdução

É a partir do confronto entre o discurso da sociedade de consumo e o discurso mítico que se propõe um aprofundamento acerca das vacâncias às quais se sujeita o homem moderno.

A sociedade moderna volta-se, cada vez mais, para o consumo. Os mitos produzidos industrialmente

condicionam os valores existenciais de um público consumidor, que se vê preso num redemoinho de referenciais mutantes obedientes à lógica indefinida das estratégias de mercado.

Por meio de um estudo bibliográfico interdisciplinar, norteado pela teoria comunicacional da cultura de massa, este trabalho coloca, inicialmente, a importância mítica para a representação da existência

¹ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UNIFOR, Universidade de Fortaleza, email: loahmf@gmail.com.

² Professor Doutor em Música pelo Conservatoire National de Musique de Raincy, France e professor dos Cursos de Arquitetura e Comunicação da UNIFOR, Universidade de Fortaleza, email: caveru@unifor.br.

do sujeito, guiado por Freud (1996), Eliade (1995) e Campbell (1990). Dirigido por Morin (1997) e aliado a Figueiredo (2007). Tem-se, então, a contraposição das referências colocadas pela cultura de massa, segundo o discurso do consumo, e aquelas introduzidas pelos mitos tradicionais.

Pretende-se, emprestando principalmente desses quatro autores os conceitos-chave que irão guiar este trabalho, um questionamento acerca do *modus operandi* da sociedade moderna e interroga-se qual posição o sujeito toma e pode tomar nela.

1 O mito e a representação da existência

Segundo o *Novo Dicionário Aurélio* (FERREIRA, 1975, p. 931), mitologia significa a “história fabulosa dos deuses, semideuses e heróis da Antiguidade greco-romana”. Campbell (1990, p. 23) simplifica: “agora, o que é um mito? A definição de dicionário seria: História sobre deuses”.

Outra pergunta faz-se, então, necessária: o que é um deus? “[...] um deus é a personificação de um poder motivador ou de um sistema de valores que funcionam para a vida humana e para o universo” (idem, p. 24).

Eliade (1995) relaciona os ensinamentos míticos e a imitação da obra dos deuses como fundamento para a formação do homem. O autor defende que a história da condição humana pode ser remetida aos mitos; desta forma, concorda com Campbell (1990) ao afirmar que nos mitos podemos reencontrar os princípios e os modelos de toda conduta.

A compreensão dos símbolos é fundamental para a compreensão do mundo, dando ao sujeito a possibilidade de sair de sua situação particular para o geral: “os símbolos despertam a experiência individual e transmitem-na em ato espiritual, em compreensão metafísica do Mundo” (ELIADE, 1995, p. 172).

O homem moderno, contudo, não apreende o fundamental dos símbolos que se apresentam a ele, e estes não despertam sua consciência total. As “mitologias” do homem moderno são “mitologias” privadas e não transformam uma situação particular em uma situação exemplar; suas experiências oníricas ou imaginárias, ou mesmo suas angústias, não se agregam numa concepção de mundo e não fundam um comportamento. Isto não implica dizer que o homem deixou de ter contato com os símbolos, ele continua a ser incessantemente alimentado por inúmeros símbolos através sua atividade inconsciente

[...] o homem a-religioso teria perdido a capacidade de viver conscientemente a religião e, portanto, de compreendê-la e assumi-la; mas, no mais profundo de seu ser, ele guarda ainda a recordação dela [...] (idem, p. 173).

Mito Freudiano

O Mito Freudiano, dentro do contexto da formação particular e geral do sujeito que o conteúdo mítico atinge, ilustra muito bem o acordo baseado na renúncia de impulsos pessoais em favor da vida em sociedade, e como a sociedade age, da mesma maneira, em função do sujeito, servindo como sustentáculo de sua integridade física e mental.

Pela observação de símios superiores, Darwin (apud Freud, 1996, p. 131) deduziu que também o homem se organizava originalmente em grupos pequenos, nos quais o macho mais forte impedia a promiscuidade sexual. Baseado nesta hipótese sobre o estado social dos homens primitivos, Freud (1996) desenvolveu o que ficou conhecido como Mito Freudiano.

Ele descreve uma horda mítica de homínídeos, liderada por um pai violento e ciumento que guardava todas as fêmeas para si e expulsava os filhos à medida que cresciam. Certo dia, os irmãos que haviam sido expulsos retornaram, mataram o pai e devoraram-no em seguida. Juntos tiveram a coragem e a capacidade de fazer o que lhes teria sido impossível individualmente.

Embora os irmãos tivessem se reunido para derrotar o pai, todos eram rivais. Cada um queria ser como o pai e ter todas as fêmeas para si. Devorá-lo foi uma tentativa de incorporar suas forças. A nova organização estava destinada a uma luta de todos contra todos, pois nenhum deles era capaz de assumir a liderança e ocupar o lugar do pai. Para viverem juntos e evitar a possibilidade de repetição do destino do pai, os irmãos não tiveram alternativa senão instituir a lei contra o incesto. Eles renunciaram igualmente às mulheres, motivo principal do assassinato do pai, salvando, desta maneira, a organização que os tornara fortes.

Com a passagem do tempo, o rancor contra o pai tornou-se menor e a saudade dele aumentou. Apesar de odiá-lo como obstáculo tanto aos seus anseios de poder quanto aos desejos sexuais, também o amavam e admiravam. Satisfeito o ódio com o parricídio, a

afeição, adormecida durante todo esse tempo, fez-se sentir sob a forma de remorso. Um sentimento de culpa, então, eclodiu.

Diante da impossibilidade efetiva de reverter o parricídio, os novos primatas optaram por praticar respeito por esse lugar vazio. Surgiu, então, uma imagem corporificada do pai, “*um ideal que corporificava o poder ilimitado do pai primevo contra quem haviam lutado, assim como a disposição de submeter-se a ele*” (FREUD, 1996, p. 151). O substituto do pai era o “totem”, fetiche mensageiro do divino e imagem paterna de Deus (CAMPBELL, 1990; FREUD, 1996).

Como forma de mitigar a culpa, os irmãos proibiram, então, a morte do totem e renunciaram às posses do pai, abrindo mão da exigência às mulheres. Estas são as principais proibições tabus, que correspondem à guarda das posses do pai, tornadas, como ele, secretas, inacessíveis, sagradas. “A base do tabu é uma ação proibida, para cuja realização existe forte inclinação do inconsciente” (FREUD, 1996, p. 49), visam a abstinências e renúncias, agindo contra a liberdade de prazer.

A proibição religiosa contra a morte do totem, fundamental ao totemismo³, juntou-se então à proibição de caráter social contra o parricídio, e, também, contra o fratricídio, tendo em vista que, como mencionado anteriormente, os irmãos precisavam evitar que acontecesse a eles o que havia acontecido ao pai. A sociedade baseava-se na cumplicidade em um crime comum, a horda patriarcal fora substituída pela horda fraterna, o que representava um conjunto de relações bastante diferente do anterior. A religião fundava-se no sentimento de culpa e no remorso pelo assassinio do pai, que, posteriormente, seria colocado na posição de um deus. Os princípios morais surgiam, por um lado, devido às exigências para a manutenção dessa sociedade e, por outra, como forma de expiação, penitência exigida pelo sentimento de culpa.

Mito é algo necessariamente dado pelas experiências humanas desde o seu surgimento, assim como no mito freudiano. Os motivos básicos dos mitos são os mesmos até hoje; essas experiências são fundamentais para a orientação do homem moderno.

A função dos ritos é permitir a reatualização de

temas míticos. A necessidade de realizar inúmeras vezes essas gestas divinas é não só impedir o esquecimento do modelo divino para a ação humana, mas aceitar temporariamente a execução de ações proibidas.

Os mitos ajudam o sujeito a participar sem culpa, receio ou medo no que Campbell (1990) chama de o ato necessário da vida: a morte. O autor acredita que uma das funções dos mitos é justamente o banimento da culpa. Com o mito de Freud, observamos que grande parte da orientação individual, religiosa e social se dá devido a essa culpa.

A diferença fundamental que se estende para a atualidade é a forma de abordagem perante a culpa. Segundo uma aproximação mítica, é através dessa culpa angustiante que o sujeito vai tentar representar o seu papel no assassinato do qual participou, da sua representação existencial perante o outro. Dessa forma, ainda que seja mitigada pelo discurso mítico, a culpa não é negada por ele.

Hoje, usurpador do referencial mítico, como o Pai em Freud, é o discurso do consumo que pretende dar conta das crises existenciais do sujeito. Ratificada pela mídia, a cultura de massa penetra a sociedade, concorrendo com a cultura nacional, a cultura humanística, a cultura religiosa etc. (MORIN, 1997). Dessa forma, segundo o discurso capitalista do consumo, “o espectador não suporta mais que seu *alter ego* seja imolado” (idem, p. 93). Isso significa dizer que, de acordo com o discurso do consumo, tem-se a negação do sofrimento, a negação da culpa e, por conseguinte, a negação do espaço do outro, um recalque às mitologias e ao modo “aberto” de viver o mundo, segundo Eliade (1995).

“*Toda crise existencial põe de novo em questão, ao mesmo tempo, a realidade do Mundo e a presença do homem no Mundo[...]*” (idem, p. 171). Para resolver a crise, é preciso ultrapassar as situações pessoais, de acordo com uma existência “aberta” a valores não particulares e é sobre isso que os mitos falam.

Todo ser humano se constitui, ao mesmo tempo, por uma atividade consciente e por experiências irracionais. As imagens míticas e o inconsciente apresentam semelhanças surpreendentes. Os conteúdos e as estruturas do inconsciente fundamentam-se, assim como no mito, por situações críticas e imemoriais.

³ O totemismo constitui uma religião baseada nas relações de respeito e proteção mútua entre um homem e seu totem. Freud (1996) identifica também no totemismo um sistema social, dado que atribui relações específicas aos integrantes do clã totêmico uns com os outros e com os membros de outros clãs.

Outra semelhança é que, também, o inconsciente oferece ao sujeito soluções para as suas dificuldades existenciais e assegura-lhe a integridade (ELIADE, 1995).

Esse é o motivo pelo qual os mitos atingem todos os seres humanos, porque abordam o que eles têm em comum. *“Todos nós precisamos compreender a morte e enfrentar a morte, e todos precisamos de ajuda em nossa passagem do nascimento à vida e depois à morte”* (CAMPBELL, 1990, p. 05), são dois aspectos de um mesmo mistério: ser, ou melhor, vir-a-ser.

Ao homem moderno, a crise se agrava porque *“algo se interpõe nesta lógica de constituição e manutenção do eu e que subverte a importância do ser para a referência do ter”* (FIGUEIREDO, 2007, p. 69), os símbolos se encontram enfraquecidos, esvaziados de sentido, tendo em vista que não há mais um referencial mítico, e o espaço do outro só existe na medida em que não se deseje o que ele possui.

2 O desmoronamento mítico e o discurso do consumo

Como cultura, pode-se compreender um conjunto de normas, símbolos, mitos e imagens, que atravessam os sujeitos, orientando-os intimamente, organizando seus instintos e emoções. Os símbolos, mitos e imagens da cultura, assim como as personalidades míticas ou reais que encarnam os valores, os ancestrais, os heróis, os deuses, potencializam essa penetração segundo trocas mentais de projeção e identificação (MORIN, 1997).

Uma cultura fornece apoio imaginário à vida prática; da mesma forma, ela fornece pontos de apoio prático à vida imaginária, tendo em vista que alimenta tanto o real, quanto o imaginário interiores ao sujeito; quanto os exteriores a ele, articula as diversas potências de sua alma e personalidade.

Nas sociedades modernas, focos culturais de naturezas diferentes existem em um mesmo tempo, é a união da religião, do Estado e da tradição que vai confrontar e conjugar suas morais, mitos e modelos. Além dessas culturas, existe ainda a cultura de massa, que contrapõe as outras, tendendo a desagregá-las.

A cultura de massa fundamenta-se segundo normas maciças de produção e é propagada por técnicas maciças de difusão⁴; é destinada a uma

massa social, isto é, um aglomerado gigantesco de sujeitos compreendidos pelas estruturas da sociedade. Ela coloca, dessa forma, o problema básico de toda sociedade de consumo, o do curso seguido pela vida na área tecnocientífica e consumidora, seja qual for sua ideologia oficial.

Pretendendo-se uma forma rudimentar de religião da salvação terrestre, falta à cultura de massa a promessa da imortalidade, o sagrado e o divino, para que se realize como tal. Falta-lhe o que, segundo Campbell (1995, p. 58), é desígnio de uma religião: a capacidade de *“trazer essa coisa extremamente complexa, que é um ser humano, à maturidade”*.

Essa é a contradição sob a qual funciona a cultura de massa, segundo o discurso do consumo, cuja vitalidade e fraqueza é desenvolver processos religiosos sobre o mundano, processos mitológicos sobre o profano, revestindo-os de uma simbolização, mas uma simbolização que não se completa, pois é incapaz de revelar a transcendência, não atinge fora da esfera privada do ser, não serve, portanto, como meio para atingir a salvação individual. Apesar de seu miserável fundamento, é a cultura de massa que desenvolve a mitologia do sujeito moderno.

A cultura de massa fez com que fosse destituída de seu papel formador, ainda que em alguns casos apenas parcialmente, a família, a escola e a pátria, na medida em que os modelos do pai, do educador, dos grandes homens foram suplantados pelos novos modelos que ela propõe em concorrência. Ainda que extraia da salvação religiosa parte da sua base de formação, sugerida pela possibilidade de felicidade terra a terra, pelo consumo, ela encontra barreiras e limites para seu campo de ação.

Freud (1997), em *Totem e Tabu*, defende que se em uma sociedade não existe uma referência mítica verdadeira, capaz sustentar o ser, equilibrando seus impulsos e desejos, sua mente e seu corpo, essa sociedade não é capaz de se manter. A função dos Estados e das Religiões seria então atuar justamente como freio, por meio de censuras, de uma libido que seria naturalmente desenfreada. Ainda que conquiste seu espaço entre as outras culturas, reprimindo-as, a cultura de massa não é capaz de suplantá-las inteiramente, não pode desagregar nem a Religião, nem o Estado.

⁴ Um neologismo anglo-latino denomina essas técnicas de difusão como mass media (MORIN, 1997).

A cultura de massa cria suas raízes na fase consumidora das sociedades, quando surge o sujeito consumidor e as inibições existentes lutam contra o desejo imperativo de satisfazer os desejos, que se infiltra na vida. Enquanto as grandes organizações trituram o homem concreto, ele tem a possibilidade de descobrir no consumo, no lazer e na vida privada seu refúgio, onde encontra interesse, competência e prazer.

Se existe discordância entre o que dita o discurso do consumo e o que o sujeito pode responder, fundamenta-se então uma crise existencial, que se evidencia através de sintomas, os quais recaem muitas vezes sobre o corpo. Surgem, então, os corpos adornados excessivamente, os corpos emagrecidos de forma exacerbada, os corpos inchados pelo excesso de consumo etc. (FIGUEIREDO, 2007). Ou seja, o discurso da beleza em excesso, do consumo em excesso, gera respostas via sintoma, já que não é possível que se responda via mítica, que se encontra enfraquecida.

O indivíduo em vias de desenraizamento em relação ao passado e que não investe nada além de sua própria vida poderia reconhecer nos heróis de filmes a imagem de sua própria condição: heróis sem passado, sem futuro além do *happy end*, e que respondem ao apelo ‘realizem-se (MORIN, 1997, p. 176).

O *happy end*, sobre o qual fala Morin (1997), é a felicidade do herói simpático, o final feliz quando tudo indicava que ele não se sairia bem, que seria conduzido ao fracasso ou a uma saída trágica. O embate dramático, ao invés de se solucionar através de uma longa prova, expiação ou mesmo morte, como na tragédia, resolve-se com o *happy end*, onde não há reparação ou apaziguamento, mas irrupção da felicidade, que se torna o núcleo afetivo do novo imaginário. O *happy end* é a substituição oferecida pela cultura de massa para a salvação religiosa (MORIN, 1997).

Faltam, para a sociedade atual, referências do bem e do mal, do certo e do errado, sendo esta uma problemática de raiz mítica, que é alimentada pelo discurso do consumo e, mais profundamente, pelo imperativo do gozo (FIGUEIREDO, 2007). Os modelos de vida do homem moderno sintetizam-se por um hedonismo de bem-estar, conforto e consumo.

É o que Morin (1997) chama de uma “*mitologia euforizante*”, fundamentada na idéia de felicidade como religião, mediante ideais de aventuras heróicas, proezas e amores empíricos, passíveis de serem atingidos no plano material por meio de objetos de consumo, da mesma forma que o bem-estar e o conforto. Essa “mitologia euforizante” implica necessariamente um recalque às mitologias tradicionais.

Como consequência, também, da influência do discurso do consumo e da perda gradativa do referencial mítico, percebe-se, hoje, um acréscimo substantivo e incessante dos atos de violência, nos quais o espaço entre o sujeito e o outro não é resguardado, e “a tua intimidade só tem valor até o momento em que eu não deseje ostentar o que você tem”, Figueiredo⁵ explica.

Ele identifica, na atualidade, uma reclamação do sujeito por um espaço de preservação que é negado pelos brotes de violência; estes eliminam qualquer respeito à intimidade do outro. Defende, ainda, a necessidade de um discurso que sustente não só um espaço mínimo entre as pessoas, mas que sirva como baluarte para a existência, forneça subsídios para que o sujeito suporte as crises existenciais antes mencionadas. Quando esse sustentáculo não existe é que irrompem, com mais veemência, os atos violentos.

Mas há uma angústia que deve, necessariamente, assaltar o ser humano, o qual, quando se torna tudo, sabe ao mesmo tempo que não é nada. A cultura de massa recalca essa angústia tanto nos divertimentos cósmicos como no mito da felicidade ou na procura da segurança. Na realidade, a angústia sai por todos os poros da cultura de massa, mas, precisamente, sai, expulsa por movimentos, agitações, trepidações, imagens de golpes, armadilhas, ataques, homicídios (MORIN, 1997, p. 179).

Aquilo com que nos defrontamos, no presente. Se você quiser descobrir o que significa uma sociedade sem rituais, leia o *Times*, de Nova Iorque [...] As notícias do dia, incluindo atos destrutivos e violentos praticados por jovens que não sabem como se portar em uma sociedade civilizada [...] O que temos hoje é um mundo desmitologizado (CAMPBELL, 1990, p. 8-9).

Trata-se de uma compulsão gerada em função da defesa de que um desejo pode ser facilmente atendido

⁵ FIGUEIREDO, H. Comunicação Pessoal, 2008.

na medida em que o sujeito pega para si o que é do outro, isto se tornando um vício. Na sociedade do consumo, a lógica de consumo é imperativa. Figueiredo (2007) amplia o problema ao afirmar, ainda, que não se sabe realmente de onde surge esse imperativo de gozo que enforma a vida dos sujeitos. Todos aqueles que participam dessa sociedade são representantes do discurso.

Cria-se, então, um espaço de desorganização, pois aquele que seria capaz de suportar o nó de amarrações, que é o sujeito e a sociedade, e que possui a capacidade de gerar um mito está ausente ou é fragmentado. Enquanto as referências imaginárias são inflacionadas, deflacionam as simbólicas.

Isso, tendo em vista, principalmente, o fato de que hoje em dia os signos utilizados, como os adornos excessivos do corpo, passam a ser o fim dos imperativos que o discurso tecnocientífico, o discurso do consumo, dita como sinônimo de satisfação e felicidade

E a compulsividade é um imperativo de gozo que vem em função de um 'Outro' sem cara, o pior é isso, porque quando o amo diz gozem e a gente sabe quem é o amo, a gente vai lá e se desforra com o amo. São sinais no corpo, pelo excesso de gozo, que vem de um imperativo do gozo e que as pessoas não detectam. É quando eu encho meu corpo de piercings e parece ser só uma questão de exibição imaginária, quando não é só isso. Aí vem toda uma possibilidade do sujeito em tentar apreender um gozo que é excessivo, através de uma referência de um ponto no corpo (FIGUEIREDO⁶).

O exibicionismo através do corpo é um conclave ao olhar do outro em busca de uma sustentação simbólica; evidencia-se, dessa forma, mais uma vez, um desmoronamento mítico. Os excessos verificados são uma espécie de clamor, um desespero que o sujeito dirige a um referencial, agora, inconsistente.

Então, o que acontece é que, na atualidade, nós estamos atravessados por discursos em que o essencial, o imperativo é que nós consumamos tudo o que é ofertado no mercado. Porque consumir essas ofertas implica em dizer que nós podemos alcançar a felicidade. Isso, em psicanálise, significa dizer que vivemos em uma época muito mais de um imperativo de gozo. Cada

um deve gozar com aquilo que pode consumir, sem direito de se revoltar contra esse amo poderoso que dá as ordens de consumo, porque todos nós somos ao mesmo tempo consumidores e podemos nos transformar em qualquer momento em imperadores do consumo. A questão é como responder aos reclamos desse discurso de consumir de uma forma contínua e sem uma possibilidade de parar (FIGUEIREDO⁷).

O alicerce das referências filosóficas, religiosas, estatais, ou dos diversos campos de conhecimento que sustentam respostas fundamentais sobre as origens do homem, foi desagregado pelo "Amor sem rosto" da cultura de massa. Este, quando se apresenta, o faz na melhor das hipóteses como simulacro⁸, pois não é capaz de nortear, verdadeiramente; o sujeito, não consegue sustentar o nó de amarrações que fazem o sujeito e a sociedade, não forma um mundo, nem orienta um modo de existência "aberto" para ele.

Também quase não se encontram, na cultura de massa, os questionamentos interiores do sujeito angustiado, em luta consigo mesmo, com a vida, com a morte, com o grande mistério do universo. Não há mergulho na existência, tudo se desenvolve na horizontalidade, no plano material, da realidade (MORIN, 1997).

Exprime-se, então, através da cultura de massa, a dupla necessidade humana, que, de forma contraditória, é revelada e desviada por ela, a afirmação individual e a participação cósmica e social. Apenas um espectro da transcendência permanece, e o que aponta Morin (1997, p. 180) é que se ignora que com o desmoronamento mítico "*o que morreu não foi propriamente Deus, cuja presença está fora do mundo, foi o Ser*", toda a potencialidade de ser no mundo e para o mundo.

Considerações finais

É impossível, mesmo numa sociedade cujos referenciais são regidos pela cultura de massa e que elabora um desmoronamento mítico, que o sujeito livre-se completamente dos comportamentos religiosos, das teologias e mitologias. Estes comportamentos que se fundamentam em uma base simbólica encontram-se, contudo, degradados até a caricatura, e, por isso, tornam-se difíceis de serem reconhecidos.

⁶ FIGUEIREDO, H. Comunicação Pessoal, 2008.

⁷ FIGUEIREDO, H. Comunicação Pessoal, 2008.

⁸ Para mais informações sobre esse termo cunhado por Jean Baudrillard, ver sua obra: O sistema dos objetos, 1997

A problemática é colocada, no entanto, pela dificuldade que o sujeito moderno encontra para a captação do que os símbolos que se apresentam a ele podem revelar. Ainda que continuem por apreender esses símbolos através do inconsciente, essa percepção deixa escapar a substância fundamental que poderia, realmente, oferecer-lhe um referencial simbólico.

Atualmente, é a cultura de massa, através do discurso do consumo, que pretende firmar os modelos e servir de suporte às crises existenciais do sujeito. Utilizando a mídia, ela difunde massivamente ideais que recusam o sofrimento e a culpa em detrimento de um hedonismo consumista, um gozo constante que não preserva o espaço do outro e nega as mitologias na medida em que essas o contrapõem.

Compreende-se, então, as somatizações, anorexias, bulimias, os brotes de violência, os corpos adornados em excesso, reflexos de uma crise existencial impossível de ser atenuada, já que é recalcada instantaneamente ao negar-se a angústia, o sofrimento, a culpa e a morte.

Para resolver essa crise existencial, seria necessário, primeiro, abandonar a mitologia privada e euforizante que a cultura de massa habilita, adotando uma existência “aberta” para o mundo sobre a qual discorre Eliade (1995) e que é trabalhada no mito freudiano, assim como em outras narrativas míticas básicas.

Coloca-se, aqui, mais uma vez, a contradição que formula a cultura de massa, que é revestir de uma simbolização incompleta ou, segundo Figueiredo⁹, uma simbolização falaciosa, os processos míticos e religiosos, que passam a realizar-se num campo profano.

O sujeito precisa de um suporte de representação para que tenha contato com a experiência de existir no mundo, e esse suporte pode ser encontrado segundo uma referência mítica, um referencial constitutivo simbólico que o discurso do consumo é incapaz de sustentar.

A cultura de massa elabora uma coisa outra que a prende ao devir profundo da humanidade, e que subsiste nos mitos do indivíduo privado. Continua latente, contudo, e fundida à fixação individualista moderna a angústia de ser no mundo do sujeito, que é inerente a ele, assim como a aspiração de comunicar-se com o outro.

Referências

- CAMPBELL, Joseph. *O poder do mito*. São Paulo: Palas Athena, 1990.
- ELIADE, Mircea. *O sagrado e o profano*. São Paulo: Martin Fontes, 1995.
- FERREIRA, A. B. *Novo dicionário da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1975.
- FIGUEIREDO, Henrique Carneiro. *Que Narciso é esse? Mal-estar e resto*. Fortaleza: Encaixe, 2007.
- FREUD, Sigmund. *Totem e tabu*. Rio de Janeiro: Imago, 1996.
- MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX: O espírito do tempo*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997. v. 1: Neurose.
- MORIN, Edgar. *O homem e a morte*. 2. ed. Lisboa: Publicações Europa América, 1970.

⁹ FIGUEIREDO, H. Comunicação Pessoal, 2008.