



O poder hipnótico do slogan*

RAYMUNDO DE LIMA**

Onde está a sabedoria que perdemos no conhecimento?
Onde está o conhecimento que perdemos na informação?
T. S. Eliot. (1888-1965)

Boa parte da vida humana contemporânea é guiada por sugestões, jargões e slogans¹. A sociedade é cada vez mais doutrinação a consumir informações sintéticas e slogans que passam a integrar o estilo, a linguagem e a cultura.

Quanto mais são repetidos os slogans, maior será a probabilidade deles se tornarem autônomos em relação às pessoas, como se fossem verdades absolutas. Uma vez adquirido status de transcendência, os slogans passam a ter mais importância do que a própria vida dos membros do grupo. O psicanalista tende a achar que, no fundo, o que está em jogo na produção de slogans é gozo – o interesse de ‘mais gozar’² – presente mais na sonoridade do que no significado das palavras. É próprio da natureza do slogan não exigir esforço de análise, mas causar repetições cada vez mais automáticas, compulsivas, até ao desgaste final, resultando em desuso. Logo, porém, surge outro objeto linguístico sintonizado com o momento. E todos podem novamente “mais-gozar” em repetir, repetir, até enjoar.

Uma rápida escuta nos leva a reconhecer o quanto o cotidiano está impregnado de palavras e frases de efeito que falam do

espírito do momento de um determinado grupo humano. Assim foi nos tempos da Jovem Guarda, o ‘rei’ Roberto Carlos cunhou o dito vazio “é uma brasa, mora!” Repetir essa frase sinalizava estar incluído no movimento cultural e musical brasileiro irreverente. Depois foi a vez de Tony Tornado, recém chegado dos EUA, com uma participação estrondosa no Festival Internacional da Canção com a música BR-3, cunhou o slogan com algum sentido “podes crer, amizade”. Pegou. Parecia que todo mundo era ‘crente’ e ‘tinha amigos’. Nos anos 1970, os jovens mais ou menos ligados ao movimento hippie, viraram “bichos”. “É isso aí, bicho!”. Foi repetido tanto sem desgastá-lo totalmente, uma vez que ainda hoje existem saudosistas usando esporadicamente essa expressão. A filosofia libertária hippie importou o “paz e amor”. Hoje, o contexto social, político e cultural certamente é outro, mas os EUA continuam invadindo países em nome da “liberdade” e da “democracia”: Vietnã, Camboja, Afeganistão e o Iraque, enfim, o mundo ainda precisa de slogan que peça “paz e amor”; mas um paz e amor ativos, dentro da linguagem da globalização.



O povo do Rio de Janeiro é mestre em inventar slogans, gírias e palavras de ordens. Meu pai me falava das ondas da linguagem carioca do tempo da boa malandragem: “sossega a periquita”, “que é que há com meu peru”, “qual é o parangolé” e tantos outros. Em vinte anos de Rio também fiz parte da corrente que repetia “tá russo!”. Tudo era motivo para resmungos “tá russo, tá russo!”. Era época de inflação alta e obviamente a sabedoria popular precisava encontrar um modo catártico de aliviar sua raiva dizendo “a vida está ruim”, “está difícil sobreviver”.

Slogans e a universidade

A universidade não é uma ilha cercada de sociedade com dificuldades e problemas. E sua linguagem – seu discurso – não está isenta de contágio do senso comum, mesmo com todos os cuidados epistemológicos investidos na pasteurização neopositivista de uma linguagem “científica”, pretensamente ‘neutra’ e com ‘objetividade’. A universidade também produz clichês de linguagem, que faz o seu discurso ser não totalmente “científico”, mas apenas mais um discurso - o “discurso universitário”, tal como formulou Lacan³.

As Ciências Humanas, especialmente, sofrem esse problema: quanto mais elas se esforçam no sentido da ‘cientificidade’ mais se afastam do sentido ‘humano’ e, por outro lado, quanto mais se dedicam ao sentido ‘humano’ mais se afastam do rigor ‘científico’, dizia P. Grecco. Quando éramos alunos do curso de psicologia, nos anos 1970, repetíamos uns para os outros: “você precisa assumir o que verdadeiramente você é”. Quando soubemos o significado clínico da “empatia” passamos a usá-lo e abusar deste conceito para tudo. O mesmo aconteceu com o “desejo” [*Wunsch*], a “pedra angular da teoria psicanalítica”.

Enchíamos a paciência de todos com frases “qual é o seu desejo?”, “você precisa analisar o seu desejo!”. Enfim, era desejo para lá e desejo para cá. Os familiares ficavam, no mínimo, apreensivos com tal “onda” comunicativa, que no fundo exercia um poder – o poder do discurso universitário – funciona como uma senha: os que sabem usar a senha serão incluídos no grupo dos “eleitos” e poderão “maisgozar” desse poder.

Nos anos 1970, nas escolas e universidade, era frequente o uso e o abuso dos termos: “dialética”, “contradição”, “alienação”, “conscientização”; os termos marxistas estavam na crista da onda do pensamento universitário. Eram termos quase que obrigatórios em aulas, palestras, bem como nas monografias e teses notadamente de ‘esquerda’. Funcionavam como uma senha que atraía os “progressistas”, rejeitava os “reacionários” e provocava os “alienados”. No convívio social, quando queríamos desconsiderar alguém, nessa época, costumávamos dizer que “fulano é um alienado”. O oposto, isto é, ser de esquerda, recebia o honroso título de “progressista”. Já os simpatizantes do regime militar rotulavam todos os opositores de “subversivos”.

Todavia, os genuinamente democráticos achavam ser necessário criticar todos os regimes totalitários fundamentalmente repressivos. “Abaixo a repressão!” era a palavra de ordem. Por que lutar contra as ditaduras latino-americanas de direita e não apoiar as críticas e lutas contra o totalitarismo burocrático do socialismo soviético, isto é, sua burocracia, sua nomenclatura, seus Gulags. Porém, quem ousasse dirigir esse tipo de crítica ao socialismo da União Soviética, da China, de Cuba, etc., corria o risco de ser queimado como “revisonista” e até



mesmo “direitista”. (Qualquer semelhança com o que ocorre hoje com o Governo Lula não é novidade). A esquerda sempre teve dificuldades de suportar a crítica e sempre se esquivou de fazer autocrítica. Muitos desses críticos foram injustamente queimados na ‘santa’ inquisição do partido ou dos círculos de fogo do meio acadêmico. O discurso do partido e o discurso da universidade exercem o poder burocrático, ambos, punindo sempre aqueles que ousam se afastar ou desafiar o cânon.

Senha para o paraíso

Para José Sérgio Carvalho, da FEUSP, especialmente os discursos educacionais possivelmente são os mais atravessados “pela presença de jargões que se disseminam entre professores e se transformam em slogans”. É quando um dito do momento parece dizer “tudo”. As pessoas parecem entregues a um ‘transe hipnótico’ (Wood, 1985) quando um professor investido de saber toma a palavra. Em transferência massiva com o referido professor, qualquer “nada” diz “tudo”. Exagerando, nos faz lembrar o cantor Tim Maia, nos shows dizendo em tom irônico: “Vou filosofar: tudo é tudo e nada é nada”. Houve quem acreditasse estar diante de uma máxima filosófica e de um cantor filósofo.

O campo educativo é marcado por altos e baixos de ideias, de palavras mágicas e nomes que viraram referência ‘científica’. Assim, convivemos com a ideia oriunda da pedagogia: “a criança constrói seu próprio conhecimento”. Depois veio a “educação para a cidadania”. No âmbito da educação familiar alguém cunhou a palavra “limite”, geralmente usada de forma queixosa para apontar indisciplina ou carência de valores fundamentais ao convívio social. Ainda é lugar comum dizer: “As crianças de hoje não têm

limites”, “os pais precisam impor limites”. Atualmente, nas escolas, nas faculdades de formação de professores, e órgãos afins, a ‘inclusão’ tomou conta do consenso educacional. A inclusão é mais um consenso retórico do que aceitação prática pra valer. Breve será mais um slogan a ser desgastado com o tempo e pela desresponsabilização dos governos.

As cansativas reuniões cumprem o ritual burocrático escolar ou acadêmico. Os discursos ‘autorizados’ nelas são pronunciados na contramão do estilo socrático, isto é, não conseguem ascender ao diálogo e à troca autêntica e profunda de ideias. Wood (1985) analisa que: “reuniões longas, cansativas, altamente emotivas e outras condições que induzem ao transe [grupal] tornam os participantes suscetíveis a slogans e as ideias repetitivas; um desafio constante à relevância das palavras e das crenças pode, entretanto, reduzir a sua efetividade. O jargão pode ser exagerado e ridicularizado. Os participantes podem rir de si próprios e de suas mais prezadas invenções quando essas invenções se tornam opressivas e sem significado”. Alguém, estrategicamente posicionado “fora” do grupo, poderá facilmente observar como as pessoas “jogam”, bem como detectar indícios de: falta de escuta, bloqueios, filtragens, paixões atropelando a razão, ressentimentos travestidos de “objetividade” ou de justificativa técnica, dissonâncias entre indivíduos e o grupo, arrogância, impolidez, narcisismos patológicos, farpas irônicas, cinismo, etc.

As assembleias de alunos em vez de tenderem para análises dos temas de discussão e luta, em vez de serem momentos de trocas de ideias, os grupos se expressam em “sínteses” panfletárias, competindo para converter os desgarrados e independentes para as causas escolhidas como prioritárias de



luta. Os encontros programados servem mais para o propósito do jogo político, a inflamação das paixões por essa ou aquela ideia, do que para promover o “discernimento” e análise filosófica ou científica. Os “sujeitos” terminam se rendendo a virarem “agentes” representantes de alguma facção; a “fala” é substituída pelo “discurso” – que na maioria das vezes já vem pronto pela ‘elite pensante’, grifados de ideias – síntese, frases de efeito, e palavras que exortam ação prática – as palavras de ordem. O clima das assembleias de mestres e doutores não é muito diferente do encontrado entre alunos. Com uma diferença: cada membro se posiciona no lugar da “verdade e da luz”, de tal forma que não existe brecha para questionamento do tipo: “o que vocês pensam sobre o assunto?”, ou “vamos investigar a fundo essa questão”. É preciso ter muita coragem para expor um pensamento diferente do imperativo canônico, ou do “consenso” fabricado numa reunião ou da assembleia. As “estruturas de alienação do saber”⁴ estão ativas e nada há o que fazer. Divergências⁵ sempre existem, mas é prudente primeiro ser parte de um grupo – e de uma aliança ideológica – para depois tomar a palavra. Do contrário, o desgarrado não suportará ouvir os inúmeros slogans para parar, e imediatamente se recolher ao ostracismo de sua desgraça como político.

Slogan e as dificuldades de tomada de consciência.

Evidentemente que slogans como “liberdade, igualdade e fraternidade” da revolução francesa, ou “terra e paz” do bolchevismo soviético, ou, ainda, a máxima da Justiça moderna que proclama “todos são iguais perante a lei” são positivos como primeiro passo de conscientização, de passagem do pensamento sintético ao analítico.

Slogans e palavras de ordem precisam ser acessíveis, inquestionáveis e populares para proporcionar a decodificação, causar identificação e uniformizar a organização social daqueles mais entusiasmados por uma determinada causa social necessária e justa. Mas, sendo o slogan excessivamente simplificador, pode tornar-se perigoso para o pensamento, que, ao invés de se abrir, pode se dogmatizar, criando um estilo fanático.

No registro de fanatismo bastará algum membro usar um slogan como senha, que os convertidos e seus próximos entram em sintonia num corpo místico uno, um estado de transe hipnótico pronto para “tudo”: desde um ato moral ao crime em nome da “causa”. Se a ideologia do grupo for totalitária, haverá ruptura dos limites do outro e da lei, ou seja, é rompido assim o principal dispositivo que sustenta a civilização e a democracia. Quando isso ocorre, o “sujeito” dá lugar ao que Voltaire chama de “espírito do sagrado”, considerado superior às leis, e também ao exercício da dúvida e da pesquisa. (Assim, ao ouvir a sentença, responsabilizando-o pelo ato terrorista em Bali, em 2002, que matou 202 pessoas, Amrozi se virou para os australianos, sorriu, fez o sinal da vitória e gritou: “Deus é o maior”, duas vezes)⁶. Não era uma reverência ao divino, mas sim uma senha para os outros continuarem lutando pela “causa”.

Sustentando essas ideias transformadas em jargões e depois em slogans, é que se constituem os grupos narcísicos. Digo “narcísicos” porque a regra destes é aceitarem a inclusão apenas àqueles que pensam igual ou que perseguem a uniformidade. O narcisismo grupal funciona para que cada membro do grupo seja espelho do outro, que deve ser seu igual no modo de pensar, agir, sentir,



falar, parecer. Quem ousar pensar, criticar ou agir diferentemente da maioria narcisista, corre o risco de cair em 'desgraça', tal como era dito na China comunista de Mao. (Existem inúmeros livros que analisam esse fenômeno, bem como há filmes e documentários. Ver "Fascismo sem máscara", "A Onda", "Olhos Azuis", "Zoológico Humano").

Que fazer?

Apesar de difícil, não é impossível sustentar uma posição independente de "sujeito", na contramão do narcisismo grupal, potencialmente gerador de jargão, slogans e palavras de ordem, nem sempre orientadas pela atitude democrática.

A primeira coisa a ser feita é o "sujeito" sustentar uma atitude crítica, reflexiva, autônoma e corajosa em relação à onda emocional da maioria; assim, o sujeito pode se manter a certa distância do poder narcísico de grupo, do líder carismático e de sua comunicação instrumental. Escolhendo fazer parte dessa onda, a responsabilidade cabe mais aos sujeitos do que ao grupo. A segunda atitude consiste em resgatar seus próprios pressupostos estocados, bem como também resistir a entregar sua identidade pessoal ao poder ideológico do grupo ou de seu líder, ou ainda, da força das palavras. Hoje em dia, a força das palavras é sentida nas igrejas que viraram verdadeiras fábricas de slogans para a mídia, por exemplo: "Jesus Cristo é o Senhor", "Deus é amor", "Só Cristo Salva", "Deus é fiel", "Sangue de Jesus tem poder", "Allah é grande", "Guerra santa aos infiéis", etc. O terceiro dispositivo preventivo é o humor. Diz o

escritor e pacifista israelense Amós Oz, que somente o humor é capaz de quebrar o fanatismo de um grupo.

Todavia, a conscientização psicológica pode não ser suficiente, visto que tais consensos sociais são fabricados segundo vários determinantes históricos e contingentes do momento. Ou seja, as estruturas psíquicas, as estruturas sociais e o desenvolvimento histórico são complementares, tal nos sinaliza Norbert Elias. Essas três dimensões demandam esforços no sentido de elaboração de um pensamento e uma atitude que impliquem "complexidade" em vez de "especialidade".

Referências

- CARVALHO, J. S. Educação e cidadania. rev. Nova escola. jun./jul-2003: 12
- DOMENACH, J.M. Propaganda política. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1955.
- ECO, U. ECO, U. A nebulosa fascista. Folha de S. Paulo – Mais!, 14/05/95.
- JURANVILLE, A. Lacan e a filosofia. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1987.
- LACAN, J. O avesso da psicanálise. Seminário 17. Rio: Jorge Zahar, 1992.
- MRECH, L. Psicanálise e educação. São Paulo: Pioneira, 1999.
- WOOD, J.K. Efeito de grupo. rev. Estudos de Psicologia. Campinas: PUC, n. 2 e 3/ ago. e dez/ 85.

* Artigo produzido para ser incluído no seminário sobre o filme "A onda", em 27/09/2003, na UEM.



** **RAYMUNDO DE LIMA** é professor do DFE-UEM e membro da BFC-Centro de Psicanálise, de Curitiba.

¹ O slogan apela diretamente às paixões políticas, a emoção ou ao entusiasmo por uma ideia ou produto. “Abaixo fulano!”, “Viva sicrano!”, “Brasil: ame-o ou deixe-o, são slogans. A ‘palavra de ordem’ é um chamado à ação ou à luta política, visando um objetivo a ser atingido” (ex: “terra e paz”).

² Lacan foi buscar em Marx a noção de ‘mais-valia’ [ou plus-valia] para fundamentar sua concepção de gozo ou de ‘mais-gozar’. Ou seja, a ‘mais-valia’ em Marx é “benefício de um sobre trabalho que não é pago”. Assim é que o capitalismo foi construído: explorando o trabalhador, ou proletário, num ‘a mais’ que escapa à equação valor = tempo de trabalho. Assim, a ‘mais-valia’ que em Marx é o trabalho excedente do trabalhador não contabilizado do capitalista, em Lacan, no campo psíquico, é lido como o ‘mais-gozar’ do Outro. No campo psicanalítico, o inconsciente é um trabalhador incansável, um trabalhador ideal, pois funciona full time, e sem cobrar nada pelo seu trabalho. O ‘mais-gozar”, diz respeito ao quantum de libido retido no interior do sistema psíquico, que permite um excedente que para ser descarregada através das zonas erógenas - boca, ânus, vagina, canal peniano, olhar, etc. Portanto, esse excedente, ou esse residual de libido é que permite uma constância de erotogenia. O gozo fundado no advérbio ‘mais’ indica, que uma parcela de energia sempre não descarregada, que quando escoada em parte através dos dispositivos de gozo, funda sintomas, donde extrai algo que parece satisfação.

³ O discurso tem uma consistência que é a mesma da estrutura do inconsciente. Segundo Lacan, “o discurso instaura relações fundamentais, mediante o instrumento da linguagem, situada no campo do gozo. Sem ou com palavras, na verdade, o discurso pode muito bem subsistir. Subsiste em certas relações fundamentais. Estas, literalmente, não poderiam se manter sem a linguagem”. Já Alain Juranville, na sua obra Lacan e a filosofia (1987: 108) declara que “o discurso é o aspecto da linguagem por onde se dissimula o fenômeno fundamental, ou seja, o significante...” sem sujeito. Ou seja, “não existe sujeito do discurso. Mantêm-se o discurso, mas não se é sujeito dele; simplesmente se ocupa um lugar, sem efeito no cerne. [Também]”, o discurso não transforma nada. Já a fala que se advém como sujeito... é de ordem ética”. Lacan, nos colocou quatro possibilidades estruturais que determinam o número idêntico de discursos. São eles: o discurso do senhor, o discurso universitário, o discurso da histeria e o discurso analítico. (ver em *O avesso da psicanálise*, 1992).

⁴ Estruturas de alienação do saber é usado pela psicanalista e professora Leny Mrech, da FEUSP. Define-se como o discurso prévio de cada profissão, especialidade, ou posicionamento político, que se revela em respostas padronizadas, quase mecânicas, usadas para escapar da escuta de um outro ou diante de uma nova ideia mais abrangente. Trata-se de “formas de saber estereotipado que perderam o efeito de possibilitar um contato real entre os sujeitos”. (Cf.: Mrech, 1999).

⁵ “A instituição universitária é e deve ser o lugar das desigualdades fundadas nas diferenças e desigualdades de competência...” (Cf.: Coelho, E.C. A sinecura acadêmica: a ética universitária em questão. Rio-SP: Iuperj e Vértice, 1988.

⁶ Folha de S. Paulo, 08/08/03-A-16.