

A mentira necessária: um ensaio sobre a promessa de amor eterno na sociedade contemporânea

Pedro Calabrez Furtado

Mestrando em Comunicação e Práticas de Consumo pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SP). Professor auxiliar da disciplina de Filosofia para a graduação e pesquisador para o Instituto Cultural da ESPM. E-mail: pedro.calabrez@acad.espm.br

Resumo

Este ensaio tem por objeto o amor na sociedade contemporânea. Buscamos identificar, primeiramente, como o sentimento está inserido na realidade social de uma modernidade líquida, onde nada permanece estático e sólido por períodos longos de tempo, para então responder ao seguinte problema: há lugar, na sociedade de consumo, para o discurso de amor eterno? Concluímos que, como discurso, o amor eterno funciona como mecanismo de auto-engano para a preservação da potência de agir dos agentes sociais, e só assim convive com o dinamismo da contemporaneidade.

Abstract

This essay intends to think about the concept of love when in a consuming society. First, we tried to identify how the feeling coexists with the social reality in a liquid modernity, where nothing stays static or solid for long periods of time, so that we could answer the following problem: is it possible for a discourse of eternal love to exist in such society? We concluded that, as a discourse, the eternal love acts as a mechanism of self-deception to preserve the happiness of social agents, and that's how it coexists with the dynamics of today's society.

*“Fundamental é mesmo o amor
É impossível ser feliz sozinho”
Tom Jobim*

95

Amor. Protagonista inexorável da vida humana. Responsável pela dinâmica do espetáculo relacional em que nós, numa infinita sucessão de tentativas incertas, tropeçamos. Tão necessariamente presente que, desde a origem da filosofia ocidental, é objeto de reflexão. Tales de Mileto nos disse que todas as coisas estão cheias de deuses¹ e, assim, podemos entender o poeta Hesíodo, quando diz que Eros – deus grego do amor e desejo – é um dos deuses primários, fundadores da existência². Semelhante afirmação é feita por Fedro, personagem do diálogo platônico *O Banquete*, ao dizer que Eros é o primeiro dos deuses – amor e desejo, portanto, seriam o princípio de tudo; estariam na origem de tudo³. Desde então, séculos antes de Cristo, até os dias presentes, pensa-se sobre amor.

Não se trata de um sentimento puramente introspectivo. Ao contrário, a característica relacional é fundamental para que exista. Amor necessita de objeto, ou perde o propósito de sua existência, seja na relação de si consigo mesmo ou nas relações de si com o mundo. Necessariamente relacional, portanto, o amor é indissolúvel da comunicação – elemento fundamental a qualquer relação. Relacionar implica comunicar.

Dentro de sua complexidade, o amor toma formas diversas quando inserido no universo da comunicação. Gestos, olhares, toques, atos. O discurso, outra de tais formas, é freqüente e, na tentativa de entender e expressar amor, deu origem a extensivas obras literárias e científicas, como também a simples expressões cotidianas que, de maneira singela, tentam sussurrar ao mundo a confissão do sentimento interior. Seja na arte, ciência ou nos ditos do dia-a-dia, entretanto, encontra-se presente a jura de amor eterno.

Prometer amar para sempre. Oferta da certeza de que, até o fim da vida, o sentimento se conservará aceso. Garantia de uma permanência afetiva perpétua. Tal promessa encontra grandiosidade na arte. Observando sua amada supostamente morta, Romeu declara, pouco antes de beber o fatal veneno, que naquele lugar ele permanecerá para sempre. Suas últimas palavras anunciam que tal ato é entregue ao seu amor por Julieta⁴. Grandioso, esse amor tem o preço da vida. Sua eternidade vai para além dos limites da carne. Amor eterno e arte convivem há séculos.

Um breve passeio pelo cotidiano nos mostra a presença desse tipo de discurso, também, em comunicações do dia-a-dia. O *website* de relacionamentos Orkut, em uma breve e exploratória busca, mostra-nos mais de três milhões e novecentos mil membros na comunidade “Quero um amor pra vida toda”⁵. Amar eternamente, portanto, como discurso, é algo que perpassa a arte e o

cotidiano – é, enfim, algo presente no dia-a-dia do homem contemporâneo em diversas formas.

Dia-a-dia dinâmico. Cotidiano em que a vida humana possui ritmo acelerado. A contemporaneidade é caracterizada por uma configuração social e econômica em que a profusão dos desejos não só se faz presente, mas é necessária. O intenso trabalho para acelerar e aumentar a capacidade de obter mais e mais, de adquirir bens, experiências e oportunidades quaisquer, é um trabalho fundamental à manutenção da economia de consumo em que se vive⁶. Para que tal movimento constante seja facilitado e potencializado, os indivíduos necessitam de uma forma de vida livre, para que os afetos circulem em seu trânsito intenso, e também precisam de estruturas sociais que permitam um fluxo profuso e constante. Não há lugar, na sociedade de consumo, para instâncias sociais “sólidas”, fincadas em preceitos, hábitos e rotinas de difícil mutação. As condições sob as quais os membros da modernidade contemporânea agem mudam em um tempo menor do que o necessário para que as formas de agir se consolidem em hábitos e rotinas⁷.

A ineficácia e conseqüente impossibilidade de uma “solidez” nas instâncias sociais criam aquilo que Zygmunt Bauman chama de Modernidade Líquida. Líquida pois, dentro dela, o fluir é facilitado e potencializado. O trânsito dos afetos é constante e desimpedido. A dinâmica do consumo se faz eficaz e presente.

O desejo sem freios é motor da contemporaneidade e precisa ser perpétuo. Para que seja perpétuo necessita de atualização constante. Platão nos diz, através da personagem de Sócrates, que o desejo só ocorre por algo que não se tem. Quando se conquista, já não se quer mais possuir. Assim, até mesmo desejar a permanência de um estado presente é, necessariamente, o desejo de algo que não se possui: o futuro⁸. É o pêndulo de Schopenhauer: pendemos entre a frustração – de não possuir – e o enfado – de já possuir e não querer mais⁹. Para Bauman, a sociedade de consumo é estruturada na premissa de satisfazer os desejos humanos como nenhuma outra sociedade imaginou ou realizou. “A promessa de satisfação, no entanto, só permanecerá sedutora enquanto o desejo continuar irrealizado (...). A *não-satisfação* dos desejos e a crença firme e eterna de que cada ato visando a satisfazê-los deixa muito a desejar e pode ser aperfeiçoado – são esses os volantes da economia que tem por alvo o consumidor”¹⁰. Só numa atualização constante dos desejos é possível manter os indivíduos desejando e, conseqüentemente, alimentando o motor sócio-econômico em que vivem.

Qual seria, então, o lugar do amor nessa configuração social? Haveria lugar, numa dinâmica de atualização perpétua do desejo, de mudanças constantes e ininterruptas, de fluidez e afetos em trânsito intenso, para o discurso de amor eterno?

“*Falling in and out of love*”
Queens of the Stone Age

Seria ingênuo crer em uma manifestação discursiva livre da configuração social e histórica na qual emerge. Os discursos veiculados em determinada sociedade não podem, certamente, escapar às características da sociedade em que são proferidos. As palavras em seu dinamismo, acontecendo, ou seja, as palavras em curso – o discurso, propriamente – só fazem sentido quando inseridas na história¹¹. Crer em uma manifestação discursiva transcendental, a-histórica, é ingênuo, pois pressupõe uma espécie absoluta de conhecimento que, com seus significados, está escondida – oculta por trás e para além da história e sociedade –, podendo ser capturada pelo olhar devidamente atento.

O conhecimento, partindo sempre de um olhar do homem perante o mundo, é necessariamente um recorte humano. Seletivo a partir dos sentidos do homem. “O homem é a medida de todas as coisas”, segundo o sofista Protágoras¹², que propôs, com isso, que nada pode ser medida do homem – tudo, portanto, é produção social. O conhecimento, como aquilo que o homem utiliza para compreender o mundo, ou seja, categorizá-lo e entendê-lo, é uma produção humana. Produto em constante atualização, pelo fato de o mundo nunca permanecer o mesmo. Olhar que afirma que o mundo *é isto*, quando o mundo simplesmente *é*. Relato atrasado de um mundo sempre novo.

Diferente de um animal manso, imutável, estático e constante, à espera por ser capturado pelo olhar atento, a realidade não se entrega ao homem em sua integralidade. O mundo, infinitamente e ininterruptamente mutante e atualizado, não se entrega à compreensão integral até pelos próprios limites sensoriais humanos – a percepção, como janela inexorável entre mundo e homem, não permite uma abordagem extra-sensorial da realidade¹³. A sensação é anterior a tudo. “Só há afetos. Só os desejos atualizam. Em tempo real, só as potências”¹⁴.

O homem, para domar uma realidade arisca, mutante, que lhe escapa por entre os dedos a cada tentativa de alcance, inventou o conhecimento. Para Nietzsche, “Em algum remoto rincão do universo cintilante que se derama em um sem-número de sistemas solares, havia uma vez um astro, em que animais inteligentes inventaram o conhecimento”¹⁵. Michel Foucault nos diz:

“O conhecimento foi, portanto, inventado. Dizer que ele foi inventado é dizer que ele não tem origem. É dizer, de maneira mais precisa, por mais paradoxal que seja, que o conhecimento não está em absoluto inscrito na natureza humana. O conhecimento não constitui o mais antigo instinto do homem, ou inversamente, não há no comportamento humano, no apetite humano, no instinto humano, algo como o germe do conhecimento.”¹⁶

Na perspectiva de Freud, o ser humano, ao nascer, vive em estado de

instinto puro, num corpo que possui apenas pulsões – estado psíquico que ele denomina “id” – onde não há um instinto ou anseio para o conhecimento. Ao contrário, ao ser jogado em uma sociedade que, progressivamente, lhe causa um crescente mal-estar, o homem desenvolve sua consciência, seu “ego”, o lugar em sua psique em que reside o conhecimento¹⁷.

Não inscrito na transcendência a-histórica e tampouco na natureza humana, o lugar do conhecimento é justamente *entre* os instintos. De um combate entre as pulsões, os desejos, os anseios humanos, é que surge o conhecimento. Combate, esse, que é necessariamente histórico: se dá em uma arena de interesses pertencentes a um momento social determinado. E que se dá, sobretudo, em uma relação de não-parentesco com o mundo que se pretende conhecer. É uma apropriação e generalização agressiva, combativa e violenta do recorte de mundo que o homem, condicionado por sua percepção e movido por seus instintos, realiza. O conhecimento não é parente da realidade. É uma invenção humana, a partir do embate entre os instintos humanos, para dar nome a um animal inominável. Estupro do eternamente virginal mundo.

“Temos, então, uma natureza humana, um mundo, e algo entre os dois que se chama o conhecimento, não havendo entre eles nenhuma afinidade, semelhança ou mesmo elos de natureza”¹⁸. Isso porque o mundo não *é isto* ou *aquilo* que o conhecimento diz. O mundo simplesmente *é*. Ele “não procura absolutamente imitar o homem, ele ignora toda lei. (...) É contra um mundo sem ordem, sem encadeamento, sem formas, sem beleza, sem sabedoria, sem harmonia, sem lei, que o conhecimento tem que lutar. É com ele que o conhecimento se relaciona”¹⁹. A invenção do conhecimento é, portanto, produto social. Produto do homem em suas relações, em seus conflitos e embates situados em dado momento histórico.

Nesse sentido, o discurso não pode ser alheio à história. É sobre um terreno social, em dado momento, num determinado espaço de tempo, que a palavra em curso significa. O discurso de amor eterno, portanto, está intimamente ligado à sociedade em que é proferido. Os quatro milhões de membros da comunidade “Quero um amor pra vida toda” do *website* Orkut ostentam o discurso de amor eterno como intenção em uma modernidade líquida. Em um mundo em que os afetos estão em trânsito intenso. Numa dinâmica social de fluidez, caracterizada pela não-permanência necessária. A demanda pela mudança constante, pela atualização perpétua dos desejos, fundamental a uma sociedade de consumo, é também o terreno onde os discursos sobre amor são proferidos.

O amor na sociedade de consumo é igualmente líquido. A atualização dos desejos se dá, também, no terreno dos afetos amorosos. Como em uma espécie de bolsa de valores, os amores são ativos que, atingido o ápice de seus potenciais, são vendidos e trocados por outros, e assim sucessivamente. A não-permanência é, também aqui, necessária, pois toda a dinâmica social reside numa perspectiva de liquidez, solidão e liberdade – condição para a movimen-

tação fluida sem obstáculos. Qualquer longa duração é mal-quista e mal-vista, pois fere a profusão de afetos propostos pela sociedade. Uma permanência, mesmo no campo do amor, traz a angústia da perda de infinitas outras oportunidades que, dia após dia, batem à porta do indivíduo contemporâneo.

Se desejar mais e sempre é a regra, e se para que tal regra se efetive é preciso uma constante *não-satisfação*, advinda de novos e inéditos objetos de desejo – da perpétua proposta de falta que alimenta o querer – permanecer no mesmo amor fere o princípio estrutural da sociedade contemporânea. A modernidade líquida condiciona os relacionamentos humanos a uma instabilidade frágil, onde os laços são tênues e frouxos²⁰.

Dentro de uma sociedade caracterizada pela fragilidade dos laços humanos, o discurso de amor eterno aparenta ser indesejado. Contraproducente. Inimigo dos motores sobre os quais se sustenta a dinâmica social. No entanto, como visto, ainda parece fazer sentido para alguma parcela de indivíduos na sociedade brasileira. Outra comunidade do mesmo *website* já citado, intitulada “Meu amor por vc é eterno!” (sic), possui cerca de noventa mil membros. E diversas outras, que dividem conteúdos discursivos semelhantes, são habitadas por milhares de membros.

99

Resta-nos indagar: o que permite a convivência da prática líquida e necessariamente frágil do amor na contemporaneidade com o discurso de amor eterno? Como, numa sociedade em que os homens buscam e praticam a não-permanência afetiva, diz-se desejar amar para sempre ou mesmo ter encontrado um amor eterno?

*“Chego a mudar de calçada
Quando aparece uma flor
E dou risada do grande amor...
Mentira”*

Chico Buarque

Um olhar frio, distante, propriamente científico e reflexivo sobre a sociedade contemporânea, nos faz ver a fragilidade dos laços humanos e sua necessária ligação com a dinâmica social em que as práticas amorosas são realizadas. Tal elo existe, também, entre discurso e sociedade. O discurso de amor eterno, ainda presente na contemporaneidade, parece viver em contradição com a prática líquida e fluida do amor que é estimulada em uma sociedade de consumo.

A premissa de satisfação dos desejos é característica estrutural da contemporaneidade²¹. Isso porque o desejo é o motor da existência humana. “O desejo é a medida do valor do mundo. Na sua ausência, nada importa”²². A sociedade de consumo, ao criar uma *não-satisfação* constante, oferecendo sempre novos objetos a desejar, ou seja, propondo continuamente novas frustrações frente ao enfado do que já se possui, faz um simples trabalho de capitalização

sobre essa característica fundamentalmente humana.

O desejo, entretanto, necessita de um objeto. Objeto este que, por sua vez, precisa estar abrigado em um escopo de perspectiva que, de alguma maneira, dialogue com a vida dos indivíduos. Em outras palavras, o desejo precisa ser sobre um objeto que possua sentido para o indivíduo que o deseja. Esse sentido é inseparável de um valor – é justamente o valor que dotará o objeto de sentido.

Onde residiria, então, o valor? Nas coisas mesmas, em si? Em caso afirmativo, em todos os átomos ou apenas em parte deles? Dentro do núcleo ou na eletrosfera? Mais profundamente, nos quarks? A impossibilidade de determinar um valor das coisas em si só é superável – em tentativa – por iniciativas como as de Platão, ou seja, buscando o valor longe das partículas que compõem o mundo, em um lugar à parte: mundo extra-sensorial, plano absoluto e supra-sensível.

Se o valor não está nas coisas em si, só pode estar no mundo percebido e, portanto, ser prerrogativa de quem o contempla. Algo só tem valor quando é flagrado. Ou seja, quando aparece perante um indivíduo. Dentro dos limites de qualquer contemplação, essencialmente sensoriais²³. Para dar valor é necessário contemplar o objeto. Valorar é indissociável de contato – emissão e recepção. Indissociável de comunicação. Todo valor é, sempre, comunicado²⁴.

Aristóteles, em sua perspectiva finalista, diz: “Considera-se que toda arte, toda investigação e igualmente todo empreendimento e projeto previamente deliberado colimam algum bem, pelo que se tem dito, com razão, ser o bem a finalidade de todas as coisas”²⁵. É necessário, entretanto, um critério para a valoração. Se tudo tem como alvo um bem, é preciso um gabarito que diga qual é o valor bom e qual é o valor ruim. Um referencial, enfim, para que se possa pautar o juízo. Para Espinosa, somos inclinações de preservação da própria potência²⁶. Vivemos para preservar e elevar nossa potência de agir, aquilo que fundamentalmente nos move. Elevar e preservar a energia, o *conatus*²⁷, a felicidade. O valor bom, assim, parte daquilo que preserve ou eleve a felicidade daquele que valora. A atribuição de valor e sentido é posterior à potencialização da felicidade do indivíduo²⁸. O desejo, como medida de valor do mundo, é necessariamente sobre aquilo que nos potencializa o agir. Só se deseja o que mantenha ou aumente a energia vital. O bom, como valor, portanto, é justamente aquilo que desejamos. O desejo é bom, e *não sobre o que é bom*. O desejo é a medida de valoração do mundo. Algo é bom na medida em que é desejado. Desejo vem antes de valor. “É bom, portanto, tudo o que desejamos. Não o contrário”²⁹.

O amor, como sentimento necessariamente relacional, também necessita de objeto. Mas, o que é amar alguém? De maneira simples, dentro dos laços humanos, podemos entender o sentimento de amor como aquele que deriva de um relacionamento que possui, para um ou mais de seus agentes, um valor

o mais próximo possível de um ideal-tipo de ‘bom’ definido pelos próprios afetos. Em outras palavras, o relacionamento amoroso é aquele que é tão bom quanto se é possível idealmente para uma pessoa.

Vimos, entretanto, que o valor é necessariamente posterior ao desejo. Assim, primeiramente, temos que o sentimento de amor é a medida de desejo dentro de um relacionamento. Ama-se na medida em que se deseja, dentro de um relacionamento afetivo. Amar e desejar são indissociáveis. Eros, um só deus, representa amor e desejo.

O desejo, por sua vez, é sempre sobre aquilo que aumente a própria potência de agir. Assim, podemos caracterizar o amor como o sentimento que surge a partir de um relacionamento, aumentando a potência de agir de um ou mais agentes dessa relação. Aumento que, de acordo com os próprios afetos do agente, é tão próximo quanto possível da potência máxima de agir. Quando dizemos, portanto, que o amor é um relacionamento tão bom quanto possível, não estamos nos referindo a um relacionamento em que seus agentes “se dão bem”, mas sim em que seus agentes, a partir daquele relacionamento, têm suas potências de agir elevadas a níveis tão próximos quanto possível daquilo que seus afetos fazem crer ser a máxima potência de agir. Amar é buscar em um relacionamento afetivo comunicações – contemplações, gestos, palavras, toques – que elevem a própria potência de agir a níveis que os afetos crêem beirar o ápice da capacidade individual. Nesse sentido, pode-se entender como as práticas sexuais – causa de um ápice de prazer sensorial, ou seja, de uma grande elevação na potência de agir – são tão presentes nos relacionamentos amorosos.

A sociedade de consumo, através de sua premissa básica de satisfação dos desejos dos indivíduos, promete fundamentalmente a elevação da felicidade. Uma promessa que, portanto, se estende para o amor, como afeto intimamente ligado ao desejo. Se essa sociedade tem por princípio a satisfação dos desejos de uma forma que nenhuma outra sociedade do passado pôde imaginar ou realizar³⁰, ela é uma sociedade alicerçada sobre a elevação da potência de agir de seus indivíduos. A capitalização que realiza sobre os desejos, e conseqüentemente sobre o amor, criando uma espécie de amor líquido cuja fragilidade dos laços é característica, encontra aqui sua razão de ser. A sociedade de consumo faz sentido para o indivíduo contemporâneo por possuir valor. Valor, este, derivado do desejo, objeto de capitalização da modernidade líquida. Os “volantes da economia que tem por alvo o consumidor”³¹ são justamente aquilo que valoriza essa economia.

O desejo, no entanto, representa felicidade. Potência de agir elevada. *Conatus*. Energia. Um olhar frio sobre a dinâmica social faz ver que a capitalização sobre o desejo é fundada na extinção progressiva dos objetos de desejo. Na perspectiva do amor, a capitalização é a profusa oferta de novos amores, e a conseqüente aniquilação dos velhos. Olhar friamente o amor na contem-

poraneidade é ver que ele é sempre condenado à morte – morte jovem, de um recém-nascido.

O olhar insípido sobre o mundo é desagradável. Traz a perspectiva de que o relacionamento que se começa e que se julga bom, por elevar a potência de agir aos níveis percebidos como máximos pelos afetos, terá fim em um curto período de tempo. Mesmo diante da promessa de novos desejos, vislumbrar o fim daquilo que, no momento, traz felicidade, é invariavelmente indigesto e desgostoso. Olhar friamente o mundo, portanto, diminui a potência de agir. Causa infelicidade.

Inclinações de preservação da própria potência, os homens evitam tal olhar. O mundo, no entanto, está diante deles: o objeto do olhar frio está presente no cotidiano de maneira explícita. A fragilidade dos laços, a certeza de que a não-permanência é regra mesmo nos relacionamentos afetivos, o tempo curto de duração dos amores líquidos, tudo isso está diante do olhar do homem contemporâneo e em sua realidade social. Como, então, se é evidente a dinâmica do amor, evitar tal olhar?

Um mecanismo se faz necessário para que essa perspectiva – causa de infelicidade – seja evitada tanto quanto possível, a fim de preservar a potência de agir. A evidência, derivada de uma busca fria, reflexiva, distante, por uma verdade do amor na contemporaneidade, não tem sentido, pois contraria a inclinação humana. O intelecto desdobra suas forças no disfarce e, através da mentira, do engano, ardiloso porém não intencional – por apenas obedecer à inclinação dos homens a manter seus níveis de felicidade – mantém acesa a chama da vaidade, ou seja, do parecer-ser que é a única *chama*, segundo Nietzsche³², ao redor da qual tais mecanismos revolvem.

Esse engano, no entanto, não tem por objeto um terceiro. Afinal, o propósito de evitar olhar friamente o amor e sua fragilidade é justamente evitar a própria infelicidade, e não de outros. O alvo da mentira, portanto, não está fora de si. O engano é perante si mesmo. Engana-se a si próprio, através do mecanismo do auto-engano³³.

O ser humano engana a si mesmo constante e necessariamente. Adianta o despertador para não perder a hora. Só leva realmente a sério argumentos que sustentem suas próprias crenças³⁴. Evita perceber que os relacionamentos amorosos são fadados a terminar e que, especialmente na sociedade contemporânea, tal fim é extremamente próximo e potencial. Essa esquiva é possibilitada pela crença nas juras de amor eterno do parceiro. É, além disso, alimentada por um desejo de amor eterno que permite que também se profira o discurso de amor eterno. Em outras palavras, é para evitar a tristeza do olhar insípido sobre o mundo e seus frágeis relacionamentos amorosos que o homem se engana, mentindo para si próprio ao crer desejar, receber e oferecer amor eterno. Essa mentira, entretanto, não é intencional. Para que o auto-engano funcione devidamente, é necessário que o indivíduo efetivamente acredite na mentira.

Ao dizer que ama eternamente, que deseja amar para toda a vida, ou mesmo ao ouvir que será amado para sempre, o ser humano, obedecendo à sua inclinação de preservação da potência de agir, faz funcionar o mecanismo do auto-engano, e passa a realmente crer no que fala, deseja e ouve.

O discurso de amor eterno, portanto, tem lugar na sociedade contemporânea como mecanismo de auto-engano cuja finalidade é um bem: a preservação da felicidade, evitando o desgosto de uma perspectiva em que o amor presente está fadado a um fim próximo. Ou seja, dele resulta um ideal de manutenção do desejo, funcionando como um elemento que protege, inclusive, a própria dinâmica da sociedade de consumo, na medida em que é combustível dos inúmeros amores ofertados – e conseqüentemente vividos – na modernidade líquida.

Amar eternamente, prática indesejada, é um ideal necessário. Como mentira, o amor eterno mantém-se evitando a tristeza dos homens quando em face da inevitável – e desejada – morte de seus relacionamentos amorosos. Sobrevive, portanto, como discurso, e por isso convive com práticas que explicitamente o rejeitam.

Referências Bibliográficas

ABBAGNANO, Nicola. *História da Filosofia – volume 1*. Lisboa: Presença, 2006.

ARISTÓTELES. *Ética a Nicômaco*. Bauru: Edipro, 2007

BARROS FILHO, Clóvis. *O eu e seus afetos: um ensaio sobre o emissor e a ilusão identitária*. In: Revista FAMECOS. Porto Alegre: PUC-RS, 12/2003, p.90-103.

BAUMAN, Zygmunt. *Amor líquido*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

_____. *Consuming Life*. Cambridge: Polity, 2007.

_____. *Vida Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

ESPINOSA, Benedicto. *Ética – III*. In: Espinosa: Os Pensadores. São Paulo: Abril Cultural, 1983, p.173-221.

FOUCAULT, Michel. *A verdade e as formas jurídicas*. Rio de Janeiro: Nau, 2005

FREUD, Sigmund. O Ego e o Id. In: *O Ego e o Id e outros trabalhos*. Rio de Janeiro: Imago, 1976, p.23-80.

_____. *O mal-estar na civilização*. In: O futuro de uma ilusão, o mal-es-

tar na civilização e outros trabalhos. Rio de Janeiro: Imago, 2006, p.73-150.

GIANETTI, Eduardo. *Auto-engano*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

HESÍODO. *Teogonia*. Niterói: EDUFF, 1996.

HOBBS, Thomas. *Leviathan*. New York: Touchstone, 1997.

MERLEAUX-PONTY, Maurice. *Fenomenologia da percepção*. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

NIETZSCHE, Friedrich. *Sobre verdade e mentira no sentido extra-moral*. In: Nietzsche: os Pensadores. São Paulo: Abril Cultural, 1983, p.43-52.

_____. *Ecce homo*. Porto Alegre: LP&M, 2003.

ORLANDI, Eni. *Análise de discurso – Princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 2007.

PLATÃO. *O Banquete – Apologia de Sócrates*. Belém: UFPA, 2001.

SHAKESPEARE, William. *Romeo and Juliet*. London: Penguin Popular, 1994.

SCHOPENHAUER, Arthur. *Mundo como vontade e representação*. São Paulo: UNESP, 2007.

104

Notas

¹ ABBAGNANO, Nicola. História da Filosofia – volume 1. Lisboa: Presença, 2006, p.29.

² HESÍODO. *Teogonia*. Niterói: EDUFF, 1996, p.116-132.

³ PLATÃO. *O Banquete – Apologia de Sócrates*. Belém: UFPA, 2001, 178b-180c.

⁴ O texto original diz: “For fear of that, I still will stay with thee; / And never from this palace of dim night / Depart again: here, here will I remain”. A segunda menção, às palavras finais de Romeu, refere-se a “Here’s to my love!”. SHAKESPEARE, William. *Romeo and Juliet*. London: Penguin Popular, 1994.

⁵ Acesso em 02/05/2008.

⁶ Sobre essa questão, ver: BAUMAN, Zygmunt. *Consuming Life*. Cambridge: Polity, 2007.

⁷ BAUMAN, Zygmunt. *Vida Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007, p.7.

⁸ PLATÃO. *Op.cit.*, 199d-201c.

⁹ SCHOPENHAUER, Arthur. *Mundo como vontade e representação*. São Paulo: UNESP, 2007.

¹⁰ BAUMAN, Zygmunt. *Op.cit.*, p.106.

¹¹ ORLANDI, Eni. *Análise de discurso – Princípios e procedimentos*. Campinas: Pon-

tes, 2007.

¹² ABBAGNANO, Nicola. Op.cit, p.65-69.

¹³ Lição que nós é dada pela fenomenologia da percepção. Ver, em especial: MERLE-AUT-PONTY, Maurice. Fenomenologia da percepção. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

¹⁴ BARROS FILHO, Clóvis. O eu e seus afetos: um ensaio sobre a ilusão identitária, in Revista FAMECOS. Porto Alegre: PUC-RS, 12/2003, p.90.

¹⁵ NIETZSCHE, Friedrich. Sobre verdade e mentira no sentido extra-moral. In: Nietzsche: os Pensadores. São Paulo: Abril Cultural, 1983, p.45.

¹⁶ FOUCAULT, Michel. A verdade e as formas jurídicas. Rio de Janeiro: Nau, 2005, p.16.

¹⁷ Sobre essa questão, ver em especial duas obras: FREUD, Sigmund. O Ego e o Id. In: O Ego e o Id e outros trabalhos. Rio de Janeiro: Imago, 1976, p.23-80, e O mal-estar na civilização. In: O futuro de uma ilusão, o mal-estar na civilização e outros trabalhos. Rio de Janeiro: Imago, 2006, p.73-150.

¹⁸ FOUCAULT, Michel. Op.cit., p.18.

¹⁹ Op.cit.

²⁰ BAUMAN, Zygmunt. Amor líquido. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

²¹ Ver nota 10.

²² BARROS FILHO, Clóvis. Op.cit., p.98.

²³ Aqui retornamos à questão já abordada da fenomenologia da percepção. Ver nota 13. Mesmo antes da fenomenologia, entretanto, a presença inexorável da sensação entre o homem e o mundo já foi pensada por Thomas Hobbes: "(...) for there is no conception in a man's mind which hath not at first, totally, or by parts, been begotten upon the organs of sense. The rest are derived from that original". HOBBS, Thomas. Leviathan. New York: Touchstone, 1997, p.21.

²⁴ A ética – como atribuição de valor às ações –, nessa perspectiva, é indissociável da comunicação. A reflexão acerca de valor realizada aqui teve como base: BARROS FILHO, Clóvis. Op.cit., p.97-103.

²⁵ ARISTÓTELES. Ética a Nicômaco. Bauru: Edipro, 2007, 1094a1.

²⁶ "A alma esforça-se, tanto quanto pode, por imaginar as coisas que aumentam ou facilitam a potência de agir do corpo". ESPINOSA, Benedicto. Ética – III. In: Espinosa – Os Pensadores. São Paulo: Abril Cultural, 1983, proposição XII.

²⁷ Conatus é uma expressão cunhada por Thomas Hobbes para definir a energia vital que caracteriza a potência de agir humana. Sobre isso, ver: HOBBS, Thomas. Leviathan. New York: Touchstone, 1997.

²⁸ Não pretendemos, aqui, um reducionismo ingênuo que ignore as implicações sociais na determinação dos valores do mundo. Só propomos que, para que se deseje, esse desejo deve minimamente preservar – ou seja, manter inalterada – ou elevar a potência de agir daquele que deseja. Se o desejo dependesse exclusivamente da elevação da própria potência, entretanto, não haveria um entendimento e comunicação possíveis entre diversos indivíduos. É necessário um sentido comum para que haja um mínimo de ordem e comunicabilidade. Para uma leitura sobre a constituição desse sentido comum, ver: BARROS FILHO, Clóvis. Op.cit., p.98-103.

²⁹ BARROS FILHO, Clóvis. Op.cit.

³⁰ BAUMAN, Zygmunt. Vida Líquida. Op.cit., p.106.

³¹ Op.cit.

³² NIETZSCHE, Friedrich. Op.cit., p.45-46.

³³ As reflexões sobre o auto-engano foram feitas a partir da obra: GIANETTI, Eduardo. Auto-engano. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

³⁴ É interessante, aqui, lembrar uma passagem de Nietzsche: "No fim das contas, ninguém pode captar nas coisas, incluídos os livros, mais do que ele mesmo já sabe. Para aquilo que a gente não alcança através da vivência, a gente também não tem ouvidos". NIETZSCHE, Friedrich. Ecce homo. Porto Alegre: LP&M, 2003, p.71.