

SUJEITO, DISCURSO E IDEOLOGIA: UMA COMPREENSÃO PSICANALÍTICA SOBRE A POSIÇÃO DO SUJEITO EM DISCURSOS MIDIÁTICOS

*Lucas de Oliveira Alves*¹

*Jane Martins*²

*Maurício Eugênio Maliska*³

RESUMO

Este trabalho propõe-se a discutir a constituição e a posição do sujeito nos discursos midiáticos, a partir de uma compreensão destes como correlatos aos discursos propostos por Lacan. Outro sim, articula-se a esta discussão conceitos acerca da ideologia apresentados por Althusser, Chomsky e, sobretudo Žižek. Esta pesquisa orienta-se pela “função sujeito” em suas possíveis relações com o significante, o objeto *a* e o Outro. Nela identifica-se correlações entre a mídia e o discurso universitário e capitalista, além da possibilidade da assunção do discurso da histórica. Compreende-se, ainda, que a mídia atua no campo ideológico, alienando sujeitos em significantes por meio de uma fantasia social que molda a realidade.

PALAVRAS-CHAVE: Discurso. Mídia. Ideologia.

¹ Acadêmico do Curso de Psicologia da Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL). Avenida Santa Catarina, 919, 88780-000, Centro, Imbituba, SC. (48) 99615-5984. lukass.oliveira@hotmail.com

² Professora do Curso de Psicologia da Universidade do Sul de Santa Catarina. Mestre em Ergonomia (UFSC). Doutora em Psicologia Clínica (PUC).

³ Psicanalista, membro de Maiêutica Florianópolis – Instituição Psicanalítica. Doutor em Linguística e Psicologia (UFSC). Professor do Curso de Graduação em Psicologia e do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL).

INTRODUÇÃO

No decurso da vida moderna, constata-se a influência da mídia, seja em sua forma impressa, televisiva ou virtual, atuando na catalisação das fantasias, demandas e desejos das pessoas. No bojo dos regimes democráticos, a mídia manifesta suas variadas facetas, intervindo como aparelho ideológico no horizonte outorgado pelo Estado.

Este artigo tem como cerne uma discussão sobre a posição do sujeito enredado em discursos midiáticos, tratando-se, portanto, de uma compreensão do sujeito implicado no social. Ao encontro desta proposta, Freud (1921/1996, p. 77), na introdução de sua obra “Psicologia de Grupo e a Análise do Ego”, em 1921, ao examinar o caráter indissociável do homem e seu grupo, afirma:

Algo mais está invariavelmente envolvido na vida mental do indivíduo, como um modelo, um objeto, um auxiliar, um oponente, de maneira que, desde o começo, a psicologia individual, neste sentido ampliado, mas inteiramente justificável das palavras, é, ao mesmo tempo, também psicologia social.

Partindo da teoria dos discursos de Lacan (discurso do mestre, da universidade, da histórica e do analista), tenciona-se viabilizar uma compreensão da posição do sujeito nos discursos operantes na mídia, analisando como estes discursos, em correlação aos discursos propostos por Lacan, incidem sobre o sujeito e operam para constituí-lo. Pretende-se, ainda, realizar uma compreensão da relação do sujeito com a ideologia a partir de sua posição nos discursos.

SUJEITO, DISCURSOS E IDEOLOGIA

O SUJEITO E O OUTRO

O conceito de sujeito elaborado por Lacan está estritamente ligado ao campo teórico da linguagem, à medida que para o psicanalista o sujeito do inconsciente não nasce ou se desenvolve, mas se constitui na linguagem. Se constitui em sistemas de representação, traços de memória e signos de percepção, que se organizam em metáforas e metonímias (ELIA, 2004, p. 36).

O Outro é definido por Lacan (2008, p. 50) como “o lugar do código ou, ainda, o lugar que encerra o tesouro da linguagem, de onde o sujeito extrai os significantes”. O Outro pode, também, ser definido como a instância simbólica

na qual o sujeito deposita um suposto saber sobre si, e que, como declara Lacan (2008, p. 293) “pode ser representado pela mãe, pelo pai, uma instituição, ou até uma ilha deserta”.

O sujeito se constitui, essencialmente, em sua relação com o Outro. No primeiro momento desta relação, dá-se o processo de alienação. Nela, o sujeito ocupa um lugar designado pelo Outro e diz-se que ele está submerso na linguagem, pois todas suas demandas são pressupostas externamente. Em um segundo momento, ele separa-se do Outro, assumindo o desejo deste: ‘O desejo do homem é o desejo do Outro’. (FINK, 1998).

O corte com o Outro se expressa na percepção da criança em relação ao desejo da mãe (o Outro materno). Em decorrência deste corte, Lacan postula o advento do objeto *a* - objeto causa de desejo no sujeito. O objeto *a* atua como o operador das fantasias do sujeito (FINK, 1998).

Neste sentido, Lacan (2008) define a fantasia como o fiador do desejo do Outro, o suporte imaginário que sustenta a ilusão da convergência do desejo do sujeito com o suposto desejo do Outro. O autor declara ainda que o gozo é almejado num esforço de reencontro com o Outro, algo que, como dito em Freud, leva o sujeito a repetir em busca do objeto perdido, ou seja, o leva a assumir sua falta e tentar recuperar esta unidade simbiótica.

Em um terceiro momento da constituição do sujeito, ocorre o processo de subjetivação. Este processo ocorre na forma de lampejos e diz que o sujeito se precipita como um furo na cadeia de significantes, estabelecendo um elo entre eles e atravessando as fantasias que direcionam seu desejo ao Outro e ao gozo (FINK, 1998).

OS QUATRO DISCURSOS

Em “O mal-estar na civilização”, Freud assevera que o estabelecimento de vínculos são a maior causa de sofrimento humano. O mal-estar na civilização é, em essência, o mal-estar dos laços sociais, expressos nos atos de governar, educar, analisar e fazer desejar. Estes atos foram denominados de discursos por Lacan, pois os laços sociais são constituídos pela linguagem. (QUINET, 2010).

Lacan, no seminário livro 17 – o avesso da psicanálise (1969-1970), apresenta um quadro com quatro pontos fixos denominados de agente, o trabalho/outro, a produção/a perda e a verdade, por onde os matemas S_1

Sujeito, Discurso e Ideologia: Uma Compreensão Psicanalítica sobre a Posição do Sujeito em Discursos Midiáticos

(significante-mestre), S_2 (significante do saber), o $\$$ (sujeito do inconsciente) e a (objeto causa do desejo) circulam, determinando uma das quatro modalidades de discurso de acordo com sua posição. Como Lacan expõe, os elementos fixos estão situados da seguinte maneira:

Figura 1 – Representação dos elementos fixos.

$$\frac{\text{agente}}{\text{verdade}} \rightarrow \frac{\text{trabalho}}{\text{produção}}$$

Fonte: Lacan (1992, p. 161)

Sobre os elementos que circulam para a configuração de cada discurso⁴, Lacan (1992, p. 65) expõe:

Figura 2 – Representação dos elementos em cada discurso.

$$\begin{array}{cc} M & U \\ \frac{S_1}{\$} \rightarrow \frac{S_2}{a} & \frac{S_2}{S_1} \rightarrow \frac{a}{\$} \\ \\ \frac{\$}{a} \rightarrow \frac{s_1}{S_2} & \frac{a}{S_2} \rightarrow \frac{\$}{S_1} \\ H & A \end{array}$$

Fonte: Lacan (1992, p. 65)

O discurso do mestre constitui-se como um tipo de discurso primário entre os quatro discursos, pois incorpora a função alienadora do significante ao qual estamos todos assujeitados. Sabe-se que no processo de ontogênese do sujeito, sua primeira posição em relação ao Outro é a alienação. Somente a partir da alienação, o sujeito pode advir como sujeito e transitar pelas outras modalidades de discurso. (FINK, 1998, p. 161).

⁴ Cada discurso é designado pela primeira letra de sua tipologia: Mestre (M), Universidade (U), Histórica (H) e Analista (A).

Para Lacan (1992), o saber é o gozo do Outro, já que o sujeito é um ser da linguagem que repete; repete operando na lógica do Outro que lhe aliena e limita seu saber. O limite deste saber é o limite do sujeito do inconsciente diante do gozo, um gozo que é do Outro e não do sujeito, restando a este, a busca pela restauração deste gozo.

Do momento da separação do sujeito com o Outro surge o objeto *a*, que no contexto do discurso do mestre fora denominado mais-de-gozar, uma homologia ao conceito de mais-valia de Marx (Lacan, 1992, p. 17).

Sobre esta homologia, Lacan (2008, p. 44) destaca:

O mais-de-gozar apareceu em meus últimos discursos numa função de homologia em relação à mais-valia marxista. Dizer homologia é dizer, justamente, que a relação entre eles não é de analogia. Trata-se, com efeito, da mesma coisa. Trata-se do mesmo tecido, na medida em que se trata do recorte da tesoura do discurso.

Lacan (2008, p. 19) declara que o mais-de-gozar é uma função de renúncia do gozo sob o efeito do discurso, aquilo que dá lugar ao objeto *a*. No momento em que o mercado define como mercadoria um objeto do trabalho humano, esse objeto é prenhe de algo da mais-valia.

Quinet (2010, p. 30), sobre discurso e gozo, argumenta:

Mediante o instrumento da linguagem, o discurso instaura relações fundamentais e estáveis no campo do gozo, a partir de uma série de enunciados primordiais que determinam aquele laço social específico. Trata-se de “um discurso sem palavras”, pois, segundo Lacan, “não há necessidade de enunciações para que nossa conduta, nossos atos eventualmente se inscrevam no âmbito de certos enunciados primordiais”.

No discurso do mestre, tem-se o significante-mestre (S_1), operando como agente, e o significante do saber (S_2), operando como o trabalho ou o outro. O outro é aquele que trabalha para o mestre, encarnando o saber que o mestre despreza, e o despreza porque só lhe concerne gozar com o saber-fazer do outro. Na posição da produção, o objeto *a* simboliza o mais-de-gozar, aquilo do qual o mestre se apropria para barrar a verdade do sujeito dividido, pois na categoria de sujeito completo, o mestre é onipotente e goza sem limites. (FINK, 1998).

Ao fazer girar os matemas, o significante do saber ocupa o lugar do agente, originando o discurso universitário. Segundo Fink (1998), este discurso se constitui na sequência do discurso do mestre por seu caráter histórico, uma vez

Sujeito, Discurso e Ideologia: Uma Compreensão Psicanalítica sobre a Posição do Sujeito em Discursos Midiáticos

que a formalização científica, imbuída no discurso universitário, aparece na sequência histórica das relações servis operantes na cultura como as relações feudais e escravistas, por exemplo.

No discurso da universidade tem-se, portanto, o discurso do saber na posição de agente operando à serviço do mestre, o qual, situa-se agora escondido abaixo da barra na posição de verdade. O agente atua sobre o objeto *a*, como forma de sustentá-lo e justificá-lo, ou seja, o discurso da formalização científica, positivista e métrico, atua a serviço da lógica do capital, procurando justificar a mais-valia (FINK, 1998). Nesta dialética, o sujeito do inconsciente está na posição de produção/perda, barrado como no discurso do mestre.

No discurso da histórica, tem-se o sujeito do inconsciente na posição de agente e o objeto *a* como sua verdade. Este sujeito dirige-se ao mestre na posição de trabalho/outro, obtendo o saber como produto.

Fink (1998) aponta o discurso da histórica como o oposto do discurso da universidade, pois no segundo segue-se o significante-mestre disfarçando-o com um sistema fabricado. Já no discurso da histórica, o sujeito dividido demanda do mestre a produção de um saber que o faça gozar. O objeto *a* aparece na posição de verdade, representando o real, aquilo que proporciona a produção do saber psicanalítico: o inominável e as contradições insolúveis.

Finalmente, no discurso do analista, tem-se o objeto *a* – a falta e causa de desejo - na posição de agente, dirigindo-se ao sujeito dividido e fazendo-o produzir um significante-mestre. Na posição de verdade, encontra-se o significante do saber e, neste sentido, Lacan (1992, p. 33) indaga: “O que é a verdade como saber? ” Verdade e saber têm uma característica própria: nunca se pode dizê-las, a não ser pela metade.

IDEOLOGIA

A clássica definição de ideologia, exposta em “Ideologia Alemã” (Marx e Engels), pode ser expressa, sucintamente, como o conjunto de ideias da classe dominante que detém o poder em determinado período histórico. Este conjunto de ideias conferem aos interesses particulares o disfarce de interesses gerais, encobrendo o domínio de classe e legitimando a dominação (KELLNER, 2001, p. 77).

Žižek, debruçando-se sobre Marx, Hegel e Lacan, sugere algumas definições ao conceito de ideologia. Embasando-se em uma teoria de Hegel, o autor (1996) apresenta o conceito de ideologia, demarcando-o em relação aos elementos de uma tríade. No primeiro elemento da tríade, denominado “Em-si”, tem-se a ideologia em sua concretude aparente, com seus conceitos, doutrinas e conjunto de ideias destinadas a nos convencer de sua veracidade.

No segundo elemento da tríade: “Para-si”, efetua-se a externalização da ideologia ou a materialização de sua verdade. Para se sustentar, a ideologia precisa institucionalizar-se, ser representada materialmente ou por meio de rituais, para que assim, tenha efeito retroativo sobre a base ideológica interna. O “Para-si” é representado pelos clássicos “Aparelhos Ideológicos de Estado” elucidados por Louis Althusser (ŽIŽEK, 1996), os quais, de acordo com o próprio Althusser (1996), operam na escola, igreja, família, mídia, sistema jurídico, política, sindicato e cultura; instituições, sistemas e espaços que além de possuírem um ponto material, atuam impondo regras, rituais e crenças. Althusser (1996) declara, ainda, que todos os aparelhos ideológicos de Estado contribuem para as relações capitalistas de produção.

No terceiro elemento, denominado “Em-si-e-Para-si”, a ideologia interpõe-se como algo espontâneo, operando como algo naturalizado. Sobre este fenômeno, Žižek (1996, p. 20) destaca:

[...] o que com isso se divisa é um terceiro continente de fenômenos ideológicos: nem a ideologia como doutrina explícita, como convicções articuladas sobre a natureza do homem, da sociedade e do universo, nem a ideologia em sua existência material (as instituições, rituais e políticas que lhe dão corpo), mas a rede elusiva de pressupostos e atitudes implícitos, quase “espontâneos”, que formam um momento irreduzível da reprodução de práticas “não ideológicas” (econômicas, legais, políticas, sexuais, etc).

Acerca do que se pretende afigurar como “ideológico” ou “não-ideológico” Slavoj Žižek (1996, p. 9) alerta: “Quando um processo é denunciado como ‘ideológico por excelência’, pode-se ter certeza de que seu inverso é não menos ideológico.” Com esta afirmação, o autor aponta que não há espaço extra ideológico na cultura, pois o conjunto de ideias e ações que se contrapõem a uma suposta ideologia constitui-se, igualmente, como algo ideológico.

Sujeito, Discurso e Ideologia: Uma Compreensão Psicanalítica sobre a Posição do Sujeito em Discursos Midiáticos

O autor (1996, p. 26), como forma de situar a ideologia no campo psicanalítico, implica-a aos conceitos lacanianos de simbólico e real no processo de constituição da realidade. Desta forma, ele declara:

Dito de maneira simples, a realidade nunca é diretamente "ela mesma"; só se apresenta através de sua simbolização incompleta/falha. As aparições espectrais emergem justamente nessa lacuna que separa perenemente a realidade e o real, e em virtude da qual a realidade tem o caráter de uma ficção (simbólica): o espectro dá corpo aquilo que escapa à realidade (simbolicamente estruturada).

Lacan (2008, p. 311) afirma que “tudo que é recalcado no simbólico reaparece no real”, e é no real que o gozo se apresenta, pois “no sistema do sujeito, ele não é simbolizado nem simbolizável em parte alguma”.

Valendo-se da concepção lacianiana de simbólico e real, Žižek coloca a realidade no lugar do universo simbólico. Percebe-se a exterioridade na e pela rede de significantes, procurando encobrir o real, o lugar do incognoscível, do inominável, do gozo. Todavia, este processo de simbolização é sempre falho, criando lacunas entre a realidade e o real; lacunas por onde a realidade, tal como a experienciamos, mostra sua falta e seu caráter ficcional.

Lacan (2008), neste sentido, ao comentar o livro *Theory of Fictions* (Teoria das Ficções), compreende o termo *fictions* (ficções) não como algo ilusório ou enganoso, mas como aquilo que constitui a verdade. A verdade, na medida em que só pode ser situada no local onde se produz a fala, ou seja, no simbólico, tem uma estrutura de ficção.

Desta forma, a divisão entre a "verdadeira" realidade e a ilusão perde sua fundamentação, haja vista que a "realidade" que vivenciamos nunca é real, mas sempre ficcional. Para que a realidade emerja, algo precisa ser forcluído dela, ou seja, a "realidade", tal como a verdade, nunca é "toda". O que se oculta não é a realidade, mas seu “recalcamento” – recalcamento que fundamenta a própria realidade. (ŽIŽEK, 1996).

Freud já expunha esta lógica de recalcamento em nível de civilização/cultura na obra “O mal-estar na civilização” (1929), da qual se extrai: “A sublimação da pulsão constitui um aspecto particularmente evidente do desenvolvimento cultural; é ela que torna possível as atividades psíquicas superiores, científicas artísticas ou ideológicas [...]” (FREUD, 1996, p.103). Ao longo desta obra, Freud elucida que a sublimação opera sobre o recalcado,

conduzindo a pulsão às realizações culturais. Todavia, a pulsão pode sofrer outras vicissitudes, deflagrando o que o autor denominou de o mal-estar na civilização.

Safatle (2003) argumenta que Žižek aproxima o conceito de ideologia ao de fantasia. A fantasia, em psicanálise, trata de uma cena imaginária, na qual o sujeito representa seu desejo, investindo libidinalmente nos objetos, significando-os e valorando-os. Para Žižek, a ideologia pode ser compreendida, desta maneira, como uma fantasia social que determina o valor e significação da realidade compartilhada.

Freud apresenta o conceito de fantasia como correlato da realidade psíquica. Em sua obra “A Interpretação dos Sonhos” (1900), como forma de solucionar a oposição inconciliável entre real e imaginário, interno e externo, o autor nos fala que a realidade material nunca é atingida como tal, na medida em que apreendemos o externo a partir de nossa realidade psíquica, núcleo do psiquismo e dos desejos inconscientes cuja fantasia é a “expressão máxima e verdadeira” (PLON, ROUDINESCO, 1998, p. 224).

O sujeito (\$) é captado pelo Outro através de um paradoxal objeto causa do desejo (*a*), por meio do segredo supostamente oculto no Outro: $\$ \leftrightarrow a$ - a fórmula lacaniana da fantasia. Que significa, então, dizer que a fantasia ideológica estrutura a própria realidade? Significa que, como defende Lacan, na articulação entre sonho e realidade, a fantasia permeia ambos, e no que tange a realidade: ela é o suporte que dá coerência ao que se denomina “realidade”. (ŽIŽEK, 1996)

NA TEIA DO DISCURSO: UMA PROPOSIÇÃO DE ANÁLISE

SUJEITO, MÍDIA E DISCURSO

Componentes da mídia como jornais, revistas, propagandas, obras filmicas e televisivas, atuam por meio de suas imagens, sons e espetáculos na construção da vida cotidiana, dominando o tempo de lazer, modelando opiniões políticas e comportamentos sociais (KELLNER, 2001, p. 9). Este fenômeno, já largamente estudado e debatido, possui recorrentes leituras a partir da dinâmica do sujeito consciente em estudos da comunicação social, ciências sociais e humanas.

Na presente discussão, pretende-se realizar uma compreensão da relação sujeito-mídia a partir do vértice do sujeito do inconsciente, em sua relação com o Outro, definido por Lacan (1992, p. 13) como “o campo que surge – posto que não há nenhum Outro - a partir da intervenção do significante”.

Para desenvolver esta discussão, faz-se necessária a pressuposição de um sujeito que se identifique com a alteridade da ordem inconsciente que a mídia pode representar, seja como outro do imaginário ou o Outro, ora representando uma imagem constitutiva do eu, ora representando um tesouro de significantes.

Para Lacan, na identificação imaginária, o eu se nutre de imagens do mundo, pela qual se estende uma única dimensão, abolindo a distinção interno/externo e eu/imagem do outro. O eu se constitui, narcisicamente, a partir das imagens em que se reconhece, alienando-se em tudo aquilo da imagem que é conotado como sexual, ou seja, onde sua libido⁵ é investida. (NASIO, 1995). Por esta perspectiva, o eu que se aliena em conteúdos imagéticos da mídia não os percebe como externos, mas como partes constitutivas de si em uma dimensão imaginária.

No tocante à identificação simbólica, Lacan assevera que o sujeito se identifica com o significante, conceito que pode designar uma palavra, um gesto, o detalhe de um relato, um sofrimento, ou mesmo, um silêncio. É nesta identificação, propriamente, que se constitui o sujeito do inconsciente, imerso em cadeias significantes que o conduzem e o representam a despeito de si (NASIO, 1995).

Face a esta explanação, afirma-se que é pela constituição fantasmática e identificatória, que o sujeito será conduzido nos discursos, assumindo uma posição (de agente, trabalho/outro, produto/perda ou verdade) que moldará seu laço social. Desta forma, assevera-se que a mídia, ao cooptar sujeitos em suas narrativas, não pode encerrar uma modalidade exclusiva de discurso.

Em contrapartida, acredita-se que da mesma forma que a universidade tenda, embora não seja a regra, a instaurar o discurso universitário para os

⁵ A libido é definida como uma dimensão fundamental da pulsão. É uma energia psíquica que investe os objetos, podendo deslocar seus investimentos, mudando de objeto e de objetivo. (PLON; ROUDINESCO, 1998, p. 473).

estudantes, a mídia, de acordo com a maneira que atua na cultura, visa instaurar algumas formas de laço social ao seu leitor/telespectador/fã e, desta maneira, constituí-lo e ser por ele constituída em um discurso.

Concernente à mídia e seus efeitos na cultura, Kellner (2001, p. 10) argumenta que os meios de informação que integram a mídia são uma vasta fonte, muitas vezes não constatada, de pedagogia cultural, contribuindo para moldar o comportamento, pensamentos, sentimentos, crenças e desejos das pessoas. O filósofo, linguista e ativista político Noam Chomsky (2013), por seu turno, argumenta que nos Estados democráticos, a mídia, as escolas e a cultura popular são direcionadas para a produção de um consenso na população, visando a manutenção de quem detém o poder de verdade: a classe empresarial.

A mídia, como se pode constatar em suas diversas formas de expressão, serve-se de palavras, imagens, sons, intervalos e silêncios em suas construções narrativas - elementos, que ao encontro das dimensões constitutivas do sujeito, podem ocupar o estatuto de significantes - direcionando a percepção de quem a acompanha. À mídia cabe, então, imbuindo-se da perspectiva de Žižek (1996, p. 17) de que “os sentidos são estruturados a partir da articulação hegemônica de significantes soltos”, apresentar e organizar os significantes a fim de exercer sua “função de pedagoga cultural”.

Além disso, a mídia se vale de maneira recorrente dos saberes científicos para discorrer acerca dos fenômenos culturais: a utilização de cálculos percentuais em pesquisas de opinião, apresentação de conjunturas econômicas expressas em gráficos, a participação de cientistas de diversos segmentos em jornais, revistas e televisão, explanando sobre aquilo que concerne à cultura, são exemplos de como o saber formal, assentado no discurso científico, pode ser utilizado pela mídia para sustentar panoramas e a alienação significativa do sujeito.

A mídia, ainda como assevera Althusser (1996, p. 121), está na condição de AIE (Aparelho Ideológico de Estado) da informação, e ao encontro da definição de Žižek (1996) sobre ideologia, equiparada à dimensão simbólica que fundamenta a realidade, sustenta-se que o discurso da mídia, ao propor construções significantes que sustentam um saber, pode apresentar-se como correlato do discurso universitário.

Acerca do discurso universitário, Quinet (2010, p. 33) suscita: “No discurso universitário, a educação se dá pela aplicação do saber (S₂/S₁) como saber universal, sustentado, porém, por autores, inventores ou descobridores (S₁) desse saber”. Na perspectiva desta afirmação, observa-se que a mídia, além de utilizar os saberes científicos para sustentar determinadas perspectivas da realidade - compreendendo que a realidade nunca é algo somente em si, mas como argumenta Žižek (1996), sustentada pela tríade hegeliana “em-si”, “para-si”, “em-si-e-para-si”, inerente às ideologias que a constituem – também se vale da seleção de enunciados, e dos significantes que os compõem, para construir um saber dos acontecimentos econômicos, políticos e sociais.

Versa em Foucault que a produção do discurso é controlada, selecionada, organizada e redistribuída por procedimentos que visam a determinar aquilo que pode ser dito em um determinado período. Certos enunciados são expostos, ao passo que outros, são silenciados - estratégias que controlam os sentidos e as verdades, permitindo a circulação de alguns saberes em determinada época. (GREGOLIN, 2007).

Em um sentido semelhante, Lacan (1992, p. 57) conclui que: “Quaisquer que sejam os fatos do mundo, eu acrescentaria, seja o que for que enunciemos sobre ele, a tautologia da totalidade do discurso é o que constitui o mundo”. Quinet (2010) afirma ainda que, na concepção lacaniana, o S₂ (significante do saber) trata da repetição do S₁ (significante-mestre), uma repetição que assim como a primeira experiência de gozo, nunca é igual a ela mesma, mas uma falta que gera repetições contínuas em cadeias significantes, encarnando um saber e um meio de gozo.

A mídia, portanto, ao selecionar e repetir significantes em exposições e publicações periódicas, seja na forma de programações e propagandas que se repetem na televisão ou em sequências de temáticas organizadas em jornais e revistas, não opera somente pela utilização de saberes universais – compreendendo os saberes científicos como aqueles que ocupam tal posto na cultura - mas opera ela mesma, pela seleção e redundância do que enuncia, como autora de um saber universal, encarnando um meio de gozo.

O discurso universitário, como já elucidado, possui uma estreita relação com o discurso do mestre, visto que o significante-mestre incorpora sua verdade. Ambas os discursos mantêm o sujeito abaixo da barra nos matemas, recalcado

e alienado ao desejo do Outro. Lacan (1992) afirma que aquilo que no discurso do mestre é o significante-mestre, pode ser chamado de congruente ou equivaler ao significante do saber no discurso universitário. No discurso universitário, o S_2 age como portador da ordem do mestre.

Ao encontro do que se afirmar sobre a relação do discurso do mestre e do universitário, e a maneira como eles podem operar na mídia, Chomsky (2013, p. 13) comenta: “[...] propaganda de Estado, quando apoiada pelas classes cultas e quando nenhuma divergência é permitida, pode ter um grande efeito. Foi uma lição aprendida por Hitler e vários outros e tem sido aplicada até o dia de hoje. ” Ou seja, quando os meios de informação pretendem conservar um mestre, que encarna uma forma de governo totalitária ou não - e quando totalitária, o processo fica ainda mais nítido - utilizam-se as pessoas cultas para justificar esta conservação.

Ainda, sobre discurso universitário e seus efeitos sobre o sujeito, Quinet (2010, p. 42) afirma:

O ato perverso é o que melhor ilustra o discurso universitário, ou melhor, ele revela a perversão educativa. Autorizado pelo imperativo (S_1), o perverso age com seu saber sobre o gozo do qual ele se situa como autor em nome do Outro da verdade; ele age sobre sua vítima objetivada [...]

O autor (2010) salienta que em nome de um saber que se pretende unificante, único e unívoco, o discurso universitário tiraniza o outro, colocando-o na posição de objeto de gozo. Este laço educacional promove sua tirania enunciando o imperativo de tudo saber ou, ainda, por meio de uma imposição de leitura única.

Lacan (1991, p. 170) comenta: “[...] o discurso universitário institui um lugar da exploração mais ou menos tolerável”. O saber na posição de agente, fruto da queda das relações entre senhor e escravo, posiciona o outro no lugar do objeto a como produto deste discurso. A mais-valia é, portanto, o outro que é dominado por esse discurso, etiquetado como crédito, unidade de valor (LACAN, 1991). Ou seja, este discurso sustenta a produção capitalista, e o que se produz em nome do Outro da verdade, tal como no ato perverso, é justamente o outro-objeto, excluindo-se o sujeito do inconsciente.

O DISCURSO CAPITALISTA: UM DESDOBRAMENTO DO DISCURSO DO MESTRE NA CONTEMPORANEIDADE.

Para Lacan (1992), o desenvolvimento do discurso do mestre mostrou sua essência no discurso capitalista, em sua curiosa copulação com a ciência do discurso universitário. Ciência que atua por meio do imperativo “Continua a saber em um certo campo”, um campo que não concerne à verdade do sujeito - a verdade do discurso analítico - mas que ao contrário, o faz renunciar a ela.

Ao encontro deste enlaçamento, vale lembrar o que Althusser (1996, p. 121) expôs: “Todos os aparelhos ideológicos de Estado, sejam quais forem, contribuem para um mesmo resultado: a reprodução das relações de produção, isto é, das relações capitalistas de exploração.” Ou seja, para Althusser (1996), assim como para Chomsky (2013), o Estado se coaduna aos interesses capitalistas e utiliza aparelhos ideológicos para promover estes interesses. Desta forma, além de correlata ao discurso universitário, a mídia pode apresentar-se, na perspectiva do que Lacan vem a nomear em “Televisão” (1974) de discurso capitalista, como propositora deste discurso.

Quinet (2010) afirma que Lacan, em “Televisão” (1974), retifica sua posição em “O Averso da Psicanálise” (1969), afirmando que o discurso universitário não é o preponderante em nossa sociedade, mas sim, o discurso capitalista - um discurso do mestre moderno composto a partir da inversão dos elementos da primeira fração, como se pode ver na figura.

Figura 3 e 4 – Representação dos matemas no Discurso Capitalista



Figura 3: Tradução da fórmula do discurso capitalista.
Fonte: Quinet, A., 2006, p. 38.



Fonte: Quinet (2010, p. 38)

Quinet (2010, p. 38 – 39), sobre este discurso, explica:

O que caracteriza o discurso capitalista é a *forclusão da castração*, ou seja, forclusão da sexualidade e da diferença dos sexos. Na verdade, é um discurso que exclui o outro do laço social, pois o sujeito só se relaciona com os objetos-mercadoria comandado pelo significante-mestre *capital*. É um discurso que não faz laço social – como verificamos em seu matema, em que não há relação entre o agente e outro a quem esse discurso se dirigia. No lugar da verdade encontra-se o capital (S1) como significante-mestre desse discurso; o sujeito é reduzido a um consumidor (S) de objetos, os *gadgets* (a) produzidos pela ciência e tecnologia (S2).

Bauman (2000), em sua obra “Modernidade Líquida”, revela de maneira sintética a compreensão de Quinet acerca desta nova forma de operar do discurso do mestre. Ele argumenta que na modernidade vivemos a liquidez das relações. Transitamos do capitalismo pesado, com sua estrutura rígida e previsível, para um capitalismo leve, erigido em uma lógica de valorização das liberdades individuais e do consumismo, em detrimento do controle estatal e econômico sólidos de outrora.

Na perspectiva desta modernidade líquida, o discurso capitalista atua alocando o sujeito na posição de consumidor de objetos produzidos pela ciência e tecnologia, excluindo o outro do laço social. Para Quinet (2003), o discurso capitalista diferencia-se do discurso do mestre no tocante à vinculação entre o senhor e o proletário. Na era do capital globalizado, o mestre/senhor torna-se impessoal e, em relação a ele, Lacan afirma que somos todos proletários.

Face ao exposto, assevera-se que a mídia, por meio do estabelecimento dos padrões de consumo subservientes à lógica de dominação do sujeito pelo capital, enreda sujeitos no discurso capitalista. Neste sentido, Judith Williamson (apud Kellner, 2001), argumenta que a propaganda interpela os indivíduos e convida-os a identificar-se com produtos, imagens e comportamentos. Ela apresenta uma imagem utópica de novidade, sedução, sucesso e prestígio mediante a compra de certos bens, atuando como instrumento de socialização e determinando a demanda do consumidor.

De acordo com o exposto, a propaganda tem, portanto, uma função que Althusser e Pêcheux (1996) já haviam atribuído à ideologia em suas dimensões de aparelho repressor e ideológico do Estado: de interpelar indivíduos e “recrutá-los” à posição de sujeitos – no caso, de sujeitos consumidores. Nessa dinâmica se fala do sujeito, se fala ao sujeito, antes que ele possa dizer: Eu falo!

Quinet (2003, p. 41), sobre o discurso capitalista, ressalta ainda:

O discurso do capitalista não é regulador, ele é segregador. A única via de tratar as diferenças em nossa sociedade científica capitalista é a segregação determinada pelo mercado: os que têm ou não acesso aos produtos da ciência. Trata-se, portanto, de um discurso que não forma propriamente laço social, mas segrega. Daí a proliferação dos *sem*: terra, teto, emprego, comida etc.

O discurso capitalista impele violentamente o sujeito ao gozo, sob a forma de consumo e lucro desmedido, gerando, além do sofrimento psíquico, violências. Este concebe sujeitos descomprometidos e alheios aos dilemas éticos (ROSA, CARIGNATO, BERTA, 2006, p. 45).

Lacan (2008, p. 18) nos fala que o discurso detém os meios de gozar, haja vista que no mercado do Outro se estabelece um mais-de-gozar que é captado por alguns. Quinet (2003) reitera que o discurso compreendido como laço social implica na renúncia ao gozo absoluto, forjando o que Lacan denomina de mais-de-gozar a ser captado. Fora do laço social, o sujeito é direcionado, através de suas pulsões, a tratar o outro como objeto a ser consumido sexualmente e fatalmente em uma tentativa de alcançar o impossível gozo absoluto.

Percebe-se, assim, que é nessa proximidade entre gozo e pulsão de morte, que o discurso capitalista, em sua posição atípica de discurso que desintegra laços, fomenta o descomprometimento ético consigo e com o outro, gerando segregação, violência e sofrimento psíquico.

No discurso capitalista, em um lugar de dominação semelhante ao discurso do mestre/universitário, há um Outro que fala pelo sujeito, barrando-o enquanto sujeito do inconsciente, mas arrojando-o à posição de um consumidor descomprometido com o outro e vigorosamente comprometido com o gozo.

O discurso capitalista estimula a ilusão de completude não mais com a constituição de um par, mas sim com um parceiro conectável e desconectável⁶, o que pode efetivamente levar a decepção, tristeza, tédio e nostalgia e a diversos tipos de toxicomanias (QUINET, 2010).

⁶ Descrição semelhante à conferida por Bauman acerca do amor líquido.

O DISCURSO DA HISTÉRICA

Não obstante a mídia tenha sido associada à noção de aparelho ideológico, ao considerar-se a diversidade de espaços midiáticos na contemporaneidade e as diferentes opiniões outorgadas em um mesmo veículo de comunicação, é preciso, também, concebê-la como um espaço pluralizado e contraditório, capaz de desarticular a “articulação hegemônica de significantes” e propiciar a irrupção do discurso da histórica.

Quinet (2010) aponta a histeria como o avesso do discurso universitário, pois faz objeção ao totalitarismo do saber - o saber unívoco que emana do mestre. A histeria como produção de saber provocado pelo sujeito é o que fez Lacan encontrar a afinidade da genuína ciência, aquela capaz de pensar o mal-estar na civilização, com o discurso da histórica.

Sobre a correlação entre discurso histórico e ciência, Lacan (1998) em “Ciência e Verdade”, salienta que a ciência psicanalítica está implicada no saber sobre o objeto *a*, o objeto causa de desejo inserido na divisão do sujeito do inconsciente. Lacan (1992, p. 33) ressalta que “o objeto *a* promove a queda do efeito do discurso, demandando o abandono de qualquer referência que constitua um saber”.

A diversidade de opiniões, versões da realidade e críticas que emanam nos espaços midiáticos, apresentam, portanto, a possibilidade da irrupção do discurso histórico, o qual, ao trazer como verdade o real do sujeito dividido (o objeto *a*) e interrogar o saber do significante-mestre, desestabiliza os efeitos de seu discurso dominante.

SUJEITO E IDEOLOGIA

Ao encontro do que se argumentou sobre a posição do sujeito no discurso capitalista, Žižek (1996) propõe algumas leituras sobre as relações sociais neste discurso. O autor afirma que houve uma modificação nas relações entre os homens com o advento do capitalismo. Nas sociedades capitalistas, há um deslocamento da relação entre Senhor e Escravo no sentido hegeliano - a

relação vigente entre os homens nas sociedades pré-capitalistas - para a relação entre coisas, também denominada por Marx de fetichismo de mercadoria⁷.

As relações sociais deixam de ser imediatamente transparentes como o eram sob a forma das relações interpessoais de dominação e servidão. Elas assumem, de acordo com Žižek (1996), uma dinâmica onde a relação entre homens não é mais explicitamente hierárquica, mas determinada por interesses egoístas, onde cada qual age como um bom utilitarista. O outro é apenas um sujeito que visa seus próprios interesses e só é válido na medida em que possui algo. Em outras palavras, o outro é o equivalente a uma mercadoria capaz de satisfazer algumas necessidades daquele que o objetiva.

Consonante à argumentação de Quinet (2010), Žižek (1996) revela que no capitalismo, sobretudo no sistema capitalista que se afigura na atualidade, a relação entre o agente e o outro do discurso do mestre não é mais a mesma, pois houve um deslocamento desta relação servil para uma relação direta entre o sujeito e a mercadoria. No discurso capitalista, as relações com as mercadorias passam a ser fetichizadas em detrimento das relações entre homens, criando-se uma cultura de segregação.

Žižek (1996, p. 310), sobre capitalismo e ideologia, comenta ainda:

⁷ Žižek (1996, p. 303) argumenta que este fetichismo opera à maneira do desmentido fetichista: “Sei que a mãe não tem o falo, mas ainda assim, acredito que ela tem”; “Sei que o dinheiro é um material como os outros, mas ainda assim, é como se ele fosse feito de uma substância especial.”

Freud (1927/1996, p. 155 -157) em seu texto “Fetichismo” relata o caso clínico de um paciente que tinha como pré-condição fetichista um brilho no nariz. O nariz constituía um fetiche, que incidentalmente, ele dotara, à sua vontade, do brilho luminoso que não era perceptível a outros. De maneira análoga, pode-se pensar a “substância especial” da mercadoria, descrita por Žižek, como o equivalente ao brilho no nariz.

Neste mesmo texto, Freud comenta que o fetiche é um substituto do falo percebido como ausente na mãe, atuando como uma defesa ao horror da castração.

O fetichismo de mercadoria funciona, portanto, como uma denegação (dupla negação, pois o sujeito permanece negando aquilo que sabe) da castração. O sujeito denega a falta da mercadoria e, ao se identificar com ela, denega a sua castração.

(...) é preciso buscar a descoberta do sintoma⁸ na maneira como Marx concebeu a passagem do feudalismo para o capitalismo. Com o estabelecimento da sociedade burguesa, as relações de dominação e servidão são *recalcadas*: formalmente, parecemos estar lidando apenas com sujeitos livres; a verdade recalcada - a da persistência da dominação e da servidão - emerge num sintoma que subverte a aparência ideológica de igualdade, liberdade e assim por diante.

A ideologia não serve para mascarar uma realidade, mas é ela mesma uma construção fantasiosa que serve de esteio a nossa própria realidade, estruturando as relações sociais reais e efetivas e com isso, mascarando um insuportável núcleo do real impossível: uma divisão social traumática que não pode ser simbolizada, algo próximo ao que Marx denominara de luta de classes (ŽIŽEK, 1996).

Para Žižek, o sintoma dos laços sociais surge a partir do recalçamento das relações servis, em virtude de um encobrimento da estrutura persistente de dominação. As ideologias, ao justificarem este sistema e, portanto, mascararem uma relação de poder, não encobrem uma realidade – uma vez que essa é sempre ficcional e moldurada ideologicamente - mas acobertam o real, aquilo que não pode ser simbolizado e, por conseguinte, retorna evidenciando as divisões e contradições sociais.

Articulando este raciocínio à análise dos discursos midiáticos, afirma-se que pela via da “histericização”, o real encoberto pela (s) ideologia (s) preponderantes na mídia é desvelado, pois como declara Fink (1998): o discurso histórico é aquele cuja verdade possui o estatuto do real, aquilo que divide o sujeito e se insinua denunciando a (im)completude e a (meia) verdade de um saber construído.

Por meio do exposto, afirma-se que a mídia, mesmo quando articulada em prol dos discursos universitário e capitalista, outorga a emergência de ideologias, convergentes ou divergentes na constituição de um laço social, propiciando a

⁸ Lacan assevera que Marx inventou o sintoma mediante a identificação de uma certa fissura, de uma assimetria, de um certo desequilíbrio “patológico” que desmente o universalismo de direitos e deveres na sociedade; um desequilíbrio que funciona como seu elemento constitutivo e não pode ser abolido. O sintoma social, portanto, trata de um elemento particular que subverte seu próprio fundamento universal (Žižek, 1996, p. 306). De maneira análoga, é possível pensar no joguinho homófono de Lacan no que concerne ao sintoma: no lugar onde se gerava o sintoma, pode-se gerar o *sinthoma*.

“histericização discursiva” e permitindo que o não simbolizável da luta de classes – ou o não simbolizável da disputa ideológica, uma vez que tanto a classe oprimida quanto a classe opressora possuem suas ideologias - venha à tona, revelando o núcleo traumático e extirpado da “realidade”.

Concernente ao *modus operandi* da mídia em sua atuação ideológica, Hernandez (2006) afirma que para persuadir o público a crer na verdade que enuncia, a mídia elabora uma encenação, uma representação da realidade que deve ser aceita pelo público. Ambos, público e mídia, devem partilhar de uma mesma visão de mundo, de uma ideologia que os torna “cúmplices” na forma de significar a realidade.

Pelo vértice da argumentação de Žižek (1996), faz-se possível pensar a ideologia como um lugar simbólico onde fantasias semelhantes aglutinam sujeitos em torno de uma fantasia compartilhada – compartilhada pelos sujeitos que se identificam e se alienam nas articulações significantes da mídia.

Em “Como Ler Lacan”, Žižek (2010, p. 18) apresenta, ainda, uma perspectiva comple/mentar sobre o conceito de ideologia:

Apesar de todo o seu poder fundador, o Outro é frágil, insubstancial, propriamente *virtual*, no sentido de que seu status é o de um pressuposto subjetivo. Ele só existe na medida em que sujeitos *agem como se ele existisse*. Seu status é semelhante ao de uma causa ideológica como Comunismo ou Nação: ele é a substância dos indivíduos que se reconhecem nele, o fundamento de toda a sua existência, o ponto de referência que fornece o horizonte supremo de significado [...]

Ao aproximar o conceito de ideologia ao estatuto de Outro, consubstanciada à articulação que se construiu até o momento entre mídia e ideologia, pode-se pontuar que o espaço midiático, além de um lugar de compartilhamento de fantasias, opera na sustentação, ou mesmo, na assunção de “Outros”.

Sobre este aspecto, faz-se possível problematizar a construção de ídolos na mídia: esportistas, artistas, políticos, apresentadores e líderes religiosos tornam-se, tal qual um Outro, propositores de maneiras de se comportar, ver e sentir o mundo, atuando diretamente na esfera ideológica dos sujeitos e bussolando-os.

Žižek (1996, p. 34), ao encontro do que pretende discutir, desvela a seguinte articulação:

A censura padrão à psicanálise é que, na medida em que intervém no campo do social e/ou político, ela sempre acaba, em última instância, em alguma versão da teoria da "horda" encabeçada pelo líder temido-amado, que domina os sujeitos através do vínculo "orgânico" libidinal da transferência, de uma comunidade constituída por um crime primevo e, portanto, unida pela culpa compartilhada. A primeira resposta a essa censura parece óbvia: não foi justamente esse complexo teórico - a relação entre a massa e seu Líder - o ponto cego da história do marxismo, aquilo que o pensamento marxista foi incapaz de conceituar, de "simbolizar", seu "foraclusão" que depois retornou no real, sob a forma do chamado "culto à personalidade" stalinista? A solução teórica e prática do problema do populismo autoritário, que volta e meia frustra os projetos políticos progressistas, só é concebível hoje em dia através da teoria psicanalítica. Entretanto, isso não implica, em absoluto, que a psicanálise se restrinja de algum modo, em seu alcance, ao gesto negativo de delinear a economia libidinal das comunidades protototalitárias "regressivas": no avesso necessário desse gesto, a psicanálise também delinea a economia simbólica de como - de tempos em tempos, pelo menos - somos capazes de romper o círculo vicioso que gera o fechamento "totalitário". Por exemplo, quando Claude Lefort articulou a ideia de "invenção democrática", ele o fez através de uma referência às categorias lacanianas do Simbólico e do Real: a "invenção democrática" consiste na afirmação do lugar vazio e puramente simbólico do Poder, que nenhum sujeito "real" jamais pode ocupar.

Por meio do exemplo histórico do stalinismo, Žižek alerta sobre a tendência social à política totalitarista. Uma tendência que se desvela a partir do retorno do recalcado, um eterno retorno da não-simbolização da morte do pai da horda primitiva que espreita as sociedades democráticas. É, pois, uma ressalva às consequências de um sujeito real ocupar o lugar simbólico do Outro.

Sobre este aspecto, indaga-se se a mídia, com sua permanente projeção cultural de ídolos, está dispensando mestres a ocuparem este lugar simbólico que, nas palavras de Žižek, não pode ser ocupado por um sujeito real. Lugar que deve permanecer em vacância para que os laços sociais continuem a girar, como na Roda Viva (1968), que tudo faz girar, da canção de Chico Buarque. Roda que faz rodar os significantes: mundo, roda-gigante, moinho, pião, tempo e o próprio sujeito, que à sua revelia, como aquele que quer ter voz ativa e no seu destino mandar, tem o seu destino, carregado para lá.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise efetuada mostra a correlação entre os discursos midiáticos e alguns discursos, ou laços sociais, teorizados por Lacan. Partindo-se da articulação da teoria psicanalítica aos argumentos de Chomsky (2013), Kellner (2001) e Althusser (1996), concluiu-se que a mídia pode atuar como correlata do

Sujeito, Discurso e Ideologia: Uma Compreensão Psicanalítica sobre a Posição do Sujeito em Discursos Midiáticos

agente no discurso universitário, perpetrando ao outro um saber que o mercantiliza, o valora a partir de significantes do saber, mas o exclui enquanto sujeito do inconsciente, recalcando-o em nome dos imperativos do Outro.

A mídia pode apresentar-se, ainda, como uma propositora do discurso capitalista, um desdobramento do discurso do mestre na contemporaneidade. Neste discurso, os sujeitos assumem a posição de consumidores de gadgets produzidos pela ciência e tecnologia e, pelo imperativo do gozo, fragilizam suas possibilidades de laços sociais.

Levando em conta o que na cultura foi denominado por Marx como “luta de classes” - espaço do embate ideológico apontado por Žižek (1996) como aquele onde o “real não simbolizado pela realidade” emerge - identificou-se a irreversibilidade do aparecimento do discurso histórico na mídia, uma modalidade de laço social onde o sujeito do inconsciente advém, trazendo o real do seu sintoma para contestar o mestre. Na contramão dos discursos de dominação, o discurso histórico rompe as articulações hegemônicas dos significantes e permite a produção de novos saberes.

Concernente ao aspecto ideológico, compreende-se pela perspectiva de Žižek, que a mídia, ao intervir na articulação de significantes, opera sobre as fantasias que passam a ser compartilhadas por sujeitos em sociedade, definindo suas percepções da “realidade”. Realidade que para a psicanálise está no lugar da fundação simbólica e em oposição ao real.

A discussão de Žižek acerca das relações sociais no capitalismo, vai ao encontro da argumentação da psicanálise sobre os discursos de dominação na contemporaneidade – discurso universitário e discurso do mestre/capitalista. Quinet (2010) assevera que os discursos do mestre e do universitário encontram seu paroxismo no discurso capitalista, atuando na abolição do sujeito desejante, tudo fazendo para que ele ceda de seu desejo.

Face a esta conjuntura, Rosa, Carignato e Berta (2006) apontam uma função política, política em seu sentido amplo, ao discurso analítico. Eles asseveram que a psicanálise, por meio da assunção do sujeito do inconsciente e sua propulsão ao encontro com o núcleo traumático do real, lugar de seu desejo e de sua verdade, faz objeção à instrumentalização social do gozo operante na contemporaneidade.

A psicanálise, portanto, interroga os discursos que recalcam e alienam o sujeito ao Outro (Mestre e Universitário) e o discurso capitalista, permitindo o seu giro nos laços sociais e o encontro do sujeito com o real de seu desejo, lugar de sua meia verdade, de sua castração. O laço social analítico, em suma, permite ao sujeito do inconsciente se constituir em sua subjetividade, assumindo, de maneira extrínseca aos significantes impostos, a sua posição na *pólis*.

REFERÊNCIAS

- ALTHUSSER, Louis. Ideologia e Aparelhos Ideológicos de Estado. In: ŽIŽEK, Slavoj (Org.). Um Mapa da Ideologia (p. 105-142). Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.
- BAUMAN, Zygmunt. Modernidade Líquida. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2000.
- _____. Amor Líquido – Sobre a Fragilidade dos Laços Humanos. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2009.
- CHOMSKY, Noam. Mídia – Propaganda política e manipulação. Rio de Janeiro: WMF Martins Fontes, 2013.
- ELIA, Luciano. O Conceito de Sujeito. 3. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- FINK, Bruce. O Sujeito Lacaniano – Entre a Linguagem e o Gozo. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.
- FREUD, Sigmund. Psicologia de Grupo e a Análise do Ego (1921). In: FREUD, Sigmund. Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud (v. 18, p. 75 – 148). Rio de Janeiro: Editora Imago, 1996.
- _____. O Mal-estar na Civilização (1930 [1929]). In: _____. Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud (v. 21, p. 67 – 150). Rio de Janeiro: Editora Imago, 1996.
- _____. Fetichismo (1927). In: _____. Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud (v. 21, p. 151 – 162). Rio de Janeiro: Editora Imago, 1996.
- GREGOLIN, Maria do Rosario. Análise do discurso e mídia: a (re) produção de identidades. Comunicação, Mídia e Consumo. São Paulo, vol. 4, n. 11, p. 11 – 25, nov. 2007. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comunicacaomidiaconsumo/article/viewFile/6865/6201>>. Acesso em: ago. 2016.
- HERNANDES, Nilton. A Mídia e seus Truques – O que jornal, revista, tv, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público. São Paulo: Contexto, 2006.
- KELLNER, Douglas. A Cultura da Mídia. Bauru: EDUSC, 2001.
- LACAN, Jacques. O Seminário “de um Outro ao outro” – livro 16. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. (Original publicado em 1969).
- _____. O Seminário “o avesso da psicanálise” – livro 17. Rio de Janeiro: Zahar, 1992. (Original publicado em 1970).
- _____. Ciência e Verdade. In: _____. Escritos. (p. 869 – 892). Rio de Janeiro: Zahar, 1998. (Original publicado em 1966).
- NASIO, Juan David. Lições sobre os 7 conceitos cruciais de psicanálise. 7ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1995.
- PÊCHEUX, Michel. O Mecanismo do (Des) Conhecimento Ideológico. In: ŽIŽEK, Slavoj (Org.). Um Mapa da Ideologia. (P. 143 – 152). Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.
- PLON, Michel; ROUDINESCO, Elizabeth. Dicionário de Psicanálise. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.
- QUINET, Antônio. Psicose e Laço Social. 2ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

_____. Os Outros em Lacan. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

ROSA, Miriam Debieux; CARIGNATO, Taeco Toma; BERTA, Sandra Letícia. Ética e Política: A psicanálise diante da realidade, dos ideais e da violência contemporânea. *Ágora*. Rio de Janeiro, v. 4, n. 1, p. 35-48, jan. – Jun. 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-14982006000100003>. Acesso em: set. 2016.

SAFATLE, Vladimir. Pós-fácio: A Política do real de Slavoj Žižek. In: Slavoj Žižek. *Bem-Vindo ao Deserto do Real!* (P. 188-199). São Paulo: Boitempo, 2003.

ŽIŽEK, Slavoj. O Espectro da Ideologia. In: _____. *Um Mapa da Ideologia* (p. 7 – 38). Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

_____. “Como Marx inventou o sintoma?”. In: _____. *Um Mapa da Ideologia* (p. 297 – 332). Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

_____. *Como Ler Lacan*. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

SUBJECT, SPEECH AND IDEOLOGY: A PSYCHOANALYTICAL UNDERSTANDING ABOUT THE POSITION OF THE SUBJECT IN MEDIA

ABSTRACT

This work proposes to discuss the constitution and the position of the subject in the media speeches, starting from an understanding of these speeches as correlates to the discourses proposed by Lacan. Moreover, concepts about the ideology presented by Althusser, Chomsky and, above all, Žižek are articulated to this discussion. This research is oriented by the “subject function” and your possible relations with the signifier, the object *a* and the Other. Through this research, it identifies correlations between the media and the university and capitalist speech, as well as the possibility of the assumption of hysterical speech. It also understands that the media acts in the ideological field, alienating subjects in signifiers through a social fantasy that shapes the reality.

KEYWORDS: Psychoanalysis. Speech. Media. Ideology.

SUJET, DISCOURS ET IDÉOLOGIE: UNE COMPRÉHENSION PSYCHANALYTIQUE SUR LE POSITION DU SUJET EN DISCOURSES MÉDIATIQUES

RÉSUMÉ

Cet article propose discuter la constitution et la position du sujet dans les discours médiatiques, à partir d'une compréhension de ceux-ci comme liée aux discours proposés par Lacan. En outre, il est articulé à cette discussion concepts sur l'idéologie présentée par Althusser, Chomsky et surtout Žižek. Cette recherche est guidée par la "fonction sujet" dans leur relation possible avec le signifiant, l'objet *a* et l'Autre. Il identifie les corrélations entre le média et le discours universitaire et le discours capitaliste, au-delà de la possibilité de émergence du discours de l'hystérique. Il est entendu encore que le média opère dans le domaine idéologique, aliénant des sujets en signifiant à travers d'un imaginaire social qui façonne la réalité.

MOTS-CLÉS: Psychanalyse. Discours. Média. Idéologie.

Sujeito, Discurso e Ideologia: Uma Compreensão Psicanalítica sobre a Posição do Sujeito em Discursos Midiáticos

Recebido em: 06-12-2016

Aprovado em: 17-01-2017

© 2017 Psicanálise & Barroco em revista

<http://www.psicanaliseebarroco.pro.br>

revista@psicanaliseebarroco.pro.br

Programa de Pós-Graduação em Memória Social — UNIRIO

Memória, Subjetividade e Criação

www.memoriasocial.pro.br/proposta-area.php