

TEU TEMPO TE MOSTRAREI EM UM PUNHADO DE PÓ: PSICANÁLISE, UTOPIA E PROPAGANDA*

YOUR TIME I WILL SHOW YOU IN A HANDFUL OF DUST:
PSYCHOANALYSIS, UTOPIA AND PROPAGANDA

Edson Luiz André de Sousa¹

“Jamais o conhecimento é soberano: ele deveria acontecer no instante mesmo para ser soberano. Mas o instante permanece fora, aquém ou além de todo saber.”¹

Georges Bataille

“E vou mostrar-te algo distinto
De tua sombra a caminhar atrás de ti quando amanhece
Ou de tua sombra vespertina ao teu encontro se elevando;
Vou revelar-te o que é medo num punhado de pó.”

T.S.Eliot

Não são só em cemitérios que encontramos os cadáveres de uma cidade. O desafio é encontrá-los naquilo que ainda pulsa, no que circula pelas avenidas, no que é nos é dado ler nos jornais diários, na música de fundo dos escritórios, querendo organizar com seu refrão monótono nosso tempo e espaço, nas múltiplas estratégias de propaganda que nossa época produziu e que funcionam como uma espécie de eclipse do pensamento. Fui surpreendido, em uma de minhas caminhadas por Paris, por dezenas de bolhas de sabão que me fizeram parar. À medida que caminhava elas se multiplicavam às dezenas. Que pulmões potentes poderiam produzir tantas bolhas de sabão? Dobro em uma esquina e para minha surpresa vejo uma pequena máquina em funcionamento na porta de um restaurante. Como nunca tinha visto esta invenção da tecnologia publicitária, fico surpreso e decepcionado. Pulmões mecânicos para olhos cansados! Subitamente as bolhas de sabão materializaram o ar de uma época que não tolera a inconstância e a fragilidade do humano, as pausas de uma respiração que precisa de um tempo para recuperar o ar. Se tivesse encontrado alguém soprando, aí sim estaria talvez mais perto da “mélodie de l’arrière-fond”², como nomeia Rilke³, pois poderia ainda me interrogar sobre a força que anima um sujeito a fazer circular na cidade formas tão frágeis e efêmeras. É neste ponto preciso que tal estratégia publicitária é capaz de destruir um sonho.

Toda propaganda é, por definição, um ensaio de dogmatismo. Esta operação, evidentemente, não é feita de forma ingênua. Em seu livro *História da propaganda*, Jacques Ellul mostra bem esta perspectiva⁴. Percorrendo a história da propaganda, Ellul sugere que Machiavel foi o primeiro teórico da propaganda. Este mostra, de forma clara, que sua função é fazer parecer ao outro algo que não é, à medida que recorta da realidade apenas o que interessa ser revelado. Neste sen-

¹Psicanalista, Membro da Associação Psicanalítica de Porto Alegre. Pós-Doutor pela Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales (EHESS) Paris e Université de Paris VII, Professor da UFRGS.

*Esta é uma versão modificada do texto “Eclipse: propagande et utopie”, publicada na revista *Topique*, Paris, n. 111, 2010.

tido, a propaganda seria nada mais que uma máquina de convencimento. Basta lembrar o seu famoso adágio de que “gouverner, c’est faire croire”⁵. Poderíamos concentrar grande parte do pensamento de Machiavel na seguinte passagem e dela retirarmos os dois eixos principais do presente texto:

O Príncipe pode ser infiel a seus compromissos, mas ele deve parecer fiel. Não é necessário que ele tenha todas as qualidades mas é indispensável que ele pareça possuí-las [...] Isto porquê o povo se fixa sempre nas aparências é só julga pelo acontecimento. Ora, o povo é quase todo mundo, e a minoria só conta quando a multidão não sabe em quem se apoiar.⁶

Há duas direções possíveis de análise de tais ideias que, embora abordem perspectivas distintas, são convergentes. De um lado, as estratégias de poder que se sustentam, em grande parte, na força da servidão voluntária acionada pelas máquinas de propaganda. Impossível abordar o cenário político contemporâneo sem uma anatomia precisa dos circuitos de propaganda que tal poder coloca em cena. Neste ponto, foi fonte de inspiração para o presente texto a obra louvável, militante e crítica de Noam Chomsky, que dedicou alguns de seus livros especificamente a este tema⁷. Chomsky percorre a história para mostrar em dezenas de exemplos alguns labirintos obscuros do poder que nos fazem comer gato por lebre. Embora seus textos se refiram, aparentemente, a uma narrativa detalhada da história política recente com dados impressionantes do “dever parecer” maquiavélico, não deixa de teorizar sobre este fenômeno de manipulação da informação, buscando uma teoria que nos permita uma gramática de leitura de alguns cenários violentos e que buscam seus pontos de sustentação nas estratégias de propaganda. Tal reflexão seria, contudo, incompleta se não trouxesse junto, pelo menos em forma de esboço, uma análise do fundo psíquico que opera nesses processos. Chomsky aponta, em muitos momentos, essas variáveis, mas não se ocupa em entender a metapsicologia da fabricação do consentimento. Aqui alguns aportes da psicanálise são essenciais e buscarei, sobretudo nas teorizações de Sophie de Mijolla-Mellor em torno da necessidade da crença, uma álgebra mínima de um “besoin de croire” (necessidade de acreditar) para entender um pouco que mecanismo faz com o que o sujeito “se fixa sempre nas aparências é só julga pelo acontecimento”⁸.

Ambas as vertentes evocam como contraponto alguns dos fundamentos do discurso utópico que eu resumiria nos seguintes pressupostos:

1. Crítica às imagens instituídas que buscam se apresentar como unívocas.
2. Abertura de novos espaços de imaginação, seja pelo ato político que visa a desmontar a lógica do poder apostando na força libertadora da instância crítica, seja no ato analítico que abre para o sujeito novos sentidos até então inéditos.
3. Recusa em assumir posições idealistas e dogmáticas à medida que não pretende propor a imagem justa, o mundo perfeito, a interpretação verdadeira. O que move o horizonte utópico que aposta na força vital da criação é uma radical insatisfação com o que aí está. Esta recusa de antecipar a verdade que salvaria, abre um espaço de esperança na perspectiva de Ernst Bloch⁹ e de responsabilidade de cada um para com seu futuro. O adágio freudiano em sua dimensão ética “Wo Es

War, Soll Ich Werden" dá a direção deste horizonte de trabalho¹⁰.

Esses pontos seriam suficientes para sustentar a proposição de que o discurso utópico, em sua vocação política, funciona na contracorrente do discurso da propaganda. Tal perspectiva viria a contrapor, em parte, o furor da propaganda que em maior ou menor grau se baseia sempre em técnicas afinadas de persuasão, como muito bem apontou Tchakhotine em seu livro histórico de 1939 *A violação das massas pela propaganda política*¹¹, publicado na França e imediatamente proibido para não desagradar a Alemanha nazista, uma vez que os argumentos desta obra colocavam em relevo, justamente, toda a estratégia orquestrada por Joseph Goebbels. Tchakhotine mostra a sutileza das tecnologias de propaganda que buscam, diz ele, sua força no campo pulsional dos indivíduos¹².

O instinto e suas energias são assim desviados para temas como pangermanismo, a superioridade da cultura ou mesmo da raça alemã. Toda arte da propaganda consiste, portanto, em guiar as pulsões do indivíduo no sentido que escolhemos para ele. A propaganda consiste em uma manipulação hábil de associações de ideias.¹³

O termo de contrapropaganda surge imediatamente a partir deste cenário na tentativa de desmontar essas arquiteturas do poder. Jean-Marie Domenach, por exemplo, insiste nesta ideia em seu livro *A propaganda política*¹⁴. Talvez o termo de contrapropaganda não seja o mais adequado, pois, a priori, não necessariamente romperia com as técnicas diante das quais se opõe. Talvez neste ponto o discurso psicanalítico tenha algo de radical a nos transmitir quando aposta no papel da interpretação, abrindo ao sujeito novas perspectivas diante da alienação que o constitui. Interpretar, nesse sentido, não seria acionar uma maquinaria de nomeação das bolhas de sabão que nos encantam e nos distraem. Não sabemos a priori de onde elas vêm e precisamos manter certa reserva para não cairmos rapidamente no que Piera Aulagnier nomeou de violência da interpretação¹⁵. Interpretar estaria muito mais perto dos gestos radicais das mãos infantis que, quando veem tais bolhas de sabão, correm imediatamente para destruí-las. Se seguirmos o fio que nos propõe Sophie de Mijolla-Mellor de que pensar é contrapor pontos de vista, certamente a propaganda surge como um obstáculo ao pensamento. O que busca a propaganda? Apresentar um objeto de forma definitiva sem espaços para dúvidas e hesitações. Assim, abriria um terreno propício para que possamos aderir a tais objetos como uma espécie de caricatura das relações passionais. Por vezes, esta adesão é tão potente que nos confundimos com o objeto. O pensamento crítico teria a importante função de desestabilizar esta trama identificatória.

"O pensamento nasce com o recuo que nos permite apreender posições diferentes de um objeto ou de uma situação e, portanto, de seus aspectos, em momentos variados."¹⁶

Esta poeira nos olhos permitiria abrir uma fissura, uma ferida entre sujeito e objeto e, de certa forma, permitir que se possa romper o contato fusional entre sujeito e objeto¹⁷.

Dissolução de imagens abrindo novas perspectivas, tirando o sujeito do eclipse que o congela à sombra do objeto. Uma nova luz surge, desestabilizando uma harmonia forçada. Qual seria a posição justa que ainda nos permita alguma surpresa diante do que vemos? A literatura utópica sempre se preocupou em alertar para os pântanos da história que desenham os mapas que sustentam a paz dos soberanos. Contrapor este “bafo do porão” (como lembra Ernst Bloch) é o desafio que temos pela frente. Karl Marx inicia uma carta a seu pai, escrita em Berlim em 1837, com esta bela reflexão que sintetiza o argumento que desenvolvo aqui:

Querido pai, há momentos na vida, semelhantes aos marcos de fronteira, que se erguem depois de um tempo findo, mas designam ao mesmo tempo, com precisão, uma direção nova. Tendo chegado a este ponto, sentimos a necessidade de contemplar, com o olhar de águia do pensamento, o passado e o presente, no intuito de tomar consciência de nossa verdadeira posição.¹⁸

Sabemos bem que não se trata de uma posição fixa, pois cada acontecimento reconfigura o mapa que nos constitui e, como muito bem mostrou Sigmund Freud, colocar os sujeitos diante da verdade que os funda não é tarefa fácil. Trabalhar neste terreno implica abordar as resistências que são forças intrínsecas a este circuito. Aliás, para Freud as resistências que muitas vezes se materializam nos sintomas é o índice de que ali se aloja algo que precisamos entrar em contato e que resistimos a tomar conhecimento. Contudo, identificar este movimento já é um grande passo, seja nos labirintos da história seja nos corredores da psicopatologia da vida cotidiana. Georges Bataille é muito claro neste ponto: “A fuga diante da verdade é, por um jogo de contrapartida, a garantia de um reconhecimento da verdade”¹⁹.

IMAGEM /FORA DA IMAGEM – O PODER DA PROPAGANDA²⁰

O vigésimo capítulo dos *Ensaíos*, de Montaigne, tem como título “A força da imaginação”. Inicia pela seguinte proposição: “Fortis imaginatio generat casum” (uma imaginação forte produz acontecimento)²¹. Trata-se do acontecimento que se produz em coautoria com o sujeito que ainda é capaz de imaginar. Podemos deduzir daí que os acontecimentos (*événements*) que mudam o curso da história são acionados por uma recusa de vestir o mundo com as litanias repetitivas dos discursos oficiais. O motor de sua construção é a potência criativa, razão pela qual a arte, em todas suas instâncias, tem uma função fundamental neste ponto.

O senso comum costuma atribuir como missão das utopias a função de desenhar qual seria a imagem precisa da sociedade para que todos encontrassem, enfim, paz, felicidade, harmonia na vida em comum. A utopia vista desde este prisma acaba por ser, por um lado, ridicularizada quando suas proposições seguem as idiossincrasias e extravagâncias do desejo no imponderável de suas “políticas” ou temidas quando são lidas ao pé da letra e tomadas como texto acabado do que deveria ser, se apresentando inúmeras vezes como imperativas. A decadência do espírito utópico, tão presente em nossos tempos, se deve a esses dois grandes equívocos. A força das imagens utópicas está justamente no “hors-image” (fora da imagem), apontando como, lembra Fredric Jameson, àquilo que ainda não fomos capazes de imaginar, em outras palavras, nosso em falta com a

imaginação²². Há algo de impronunciável em relação a este não lugar, o que não significa que sua evocação não nos coloque na via de um desejo de outros mundos possíveis. Um exemplo contundente desta perspectiva é sutilmente apontado no texto de Thomas Morus, pois quando este pergunta a Raphael onde fica a ilha da utopia, ao responder, a tosse de um dos presentes, impede que se possa escutar²³. A utopia, portanto, abre pelo seu ato de escritura um espaço possível para este fora-da-imagem. Sua função lógica é mostrar os abusos de toda imagem que ousam apontar o objeto em uma aparente transparência, em sua evidência “natural” e incontestável. O discurso utópico funciona como censura, apontando para o sem imagem. Não poderíamos pensar em certa obscenidade da propaganda justamente por este excesso de visibilidade? Obscenidade também do artifício do seu funcionamento, pois o objeto em cena viria a responder às promessas que nos fazem acreditar que ele possui. Trata-se, portanto, de um engano já que ele é incapaz de cumprir tais promessas. A violência da propaganda consiste, em certa medida, em não deixar que o sujeito possa experimentar esta salutar decepção mantendo ainda viva (a ferro e fogo), o brilho do objeto. Esta operação “pouparia” o sujeito da experiência de apagamento da imagem que Neyrat sublinha como o duplo regime da negatividade:

- Regime do trabalho do negativo, que instaura a vida do espírito
- Regime da perda²⁴

A propaganda tenta, à força, sustentar a ilusão de uma positividade do objeto mantendo vivo seu potencial de objeto de consumo. Assim, a lógica do capital sabe se proteger dessas fissuras críticas que denunciam a falácia deste encontro.

“Quando o capital se acumula sob a forma de imagens, a imagem fora-da-imagem se reabsorve— e a política corre o risco de se reduzir a um consumo vão de virtualidades.”²⁵

O terrível é quando este consumo nos turva a visão sobre alguns dos horrores que assistimos cotidianamente no mundo. É aqui que Noam Chomsky tem construído um trabalho corajoso e essencial, mostrando as perversidades da máquina política que estrategicamente controla a indústria da propaganda e desenha os acontecimentos ao sabor de seus interesses. O consumo da informação tem sido uma das armas mais eficazes para um controle das políticas de estado, construindo sempre razões para o imponderável. Os livros de Chomsky aqui mencionados dão uma visão clara desta questão e seria impossível reproduzir neste artigo algumas dissecações recentes da história feitas por ele e que surpreendem: o massacre no Timor Oriental pela Indonésia sustentada durante muito tempo pelos Estados Unidos e que resultou em milhares de mortes, a guerra da Coreia, a guerra do Vietnã, as operações militares dos Estados Unidos no Iraque e Afeganistão, o terror de estado da Turquia contra os Curdos, a ocupação da China no Tibet, os Khmers Vermelhos no Camboja, um dos mais atrozes genocídios da história depois do nazismo (1969-1979) e cujos primeiros seis anos tiveram o apoio norte-americano, os monopólios dos grandes laboratórios que impossibilitam que uma política sanitária e urgente possa se desenhar para a África por exemplo²⁶.

Chomsky é categórico neste ponto mostrando quanto a propaganda encontra estratégias para sustentar o insustentável, quer criando falsas informações, suprimindo dados importantes, acionando estratégias psíquicas na população de forma a criar um clima favorável a suas políticas de guerra, de intolerância, de discriminação, e de desigualdade social. Diz ele: "a propaganda é para a sociedade democrática, o que a cacete é para o estado totalitário"²⁷. Chomsky menciona também os grandes aparatos do setor de relações públicas que trabalham no sentido de fabricarem as opiniões que os poderosos precisam. Esses trabalham seguindo o slogan de que a essência da democracia é a fabricação do consentimento²⁸.

PROPAGANDA: E O ECLIPSE DO SUJEITO

No filme *O Eclipse*, de Michelangelo Antonioni, há uma cena em especial que surpreende. O ruído e agitação da bolsa de valores impedindo qualquer possibilidade de diálogo, metáfora do encontro fracassado que se produzirá entre a jovem que acaba de desfazer seu casamento e a busca amorosa que tenta, em vão, estabelecer com Piero (Alain Delon) funcionário da bolsa. O único código possível naquele espaço são a dança dos números e o ritmo alucinante da venda e compra de ações. Quando a máquina dita o movimento de forma tão absoluta não há mais sujeito em cena. Kafka também com sua "Colônia Penal", mostra bem este cenário quando a máquina de tortura se põe a funcionar. Com seu ruído perturbador nenhum diálogo é mais possível, pois qualquer palavra fica encoberta sob o som da engrenagem.

Interessa-nos saber que mecanismos elementares fazem com que possamos nos sacrificar de forma tão "pacífica" a estes funcionamentos? Que razões psíquicas nos conduziriam a certo benefício do conformismo?

Duas anotações se fazem presentes a partir da leitura do livro de Sophie de Mijolla-Mellor (*Croire à l'épreuve du doute*) e que de alguma maneira tentam responder à questão acima e que nomearei provisoriamente como *luz da evidência e sombras identificatórias e utopia*.

LUZ DA EVIDÊNCIA

Tudo aquilo que se apresenta como evidente, que tem a pretensão de se revelar por si mesmo, de alguma forma anula a condição de leitura do sujeito, já que o coloca como mero receptor. A evidência tenta nos situar em uma posição de passividade, pois os objetos nos chegam de forma cristalina, prescindindo do sujeito e de sua interpretação. Tudo que se apresenta de forma evidente dispensa o sujeito de qualquer esforço maior de linguagem e transmissão, uma vez que propõe a ideia de um acesso direto ao objeto (como se fosse possível!). Sophie de Mijolla-Mellor mostra muito bem que esta evidência é inaugural e todas as dúvidas que temos depois não abalam nossa esperança de reencontrar este estado primeiro e perdido para sempre²⁹. De onde viria, portanto, esta força do sonho de um objeto revelado sem a intermediação da linguagem? Vejamos uma primeira resposta:

Precisamente de escapar ao logos racional e ao trabalho das palavras que implica sempre uma margem de incerteza, de crítica e, portanto, de progresso. A evidência é imediata, fora do tempo e de toda espécie de elaboração, mas para constituí-la, e assim para poder reconhecê-la como tal, é preciso ter conservado a nostalgia de um acesso ao sentido por contato direto, quase por osmose.³⁰

Teríamos, portanto, nesta equação um trabalho da propaganda de produzir uma espécie de alucinação do objeto já que se nossa adesão é total e sem resistência, é o objeto que vai falar por nós, e em nós. A propaganda adquire um efeito mágico de captura do sujeito, em parte, porque nos oferecemos passivamente a este jogo. É aqui que o pensamento crítico bem como o ato analítico surgem como abalos sísmicos nesta fortaleza tão sedutora e tão frágil como as bolhas de sabão às quais nos referimos. Das fissuras deste terreno da certeza surge a esperança de novas configurações de mundo e outros contornos para o mundo dos objetos.

SOMBRAS IDENTIFICATÓRIAS E UTOPIA

Steve Biko e Nelson Mandella foram duas figuras emblemáticas da luta contra o *Apartheid*, na África do Sul. Biko não teve a mesma sorte de seu companheiro de luta, pois foi assassinado na prisão em 1977. Ele foi responsável pela criação do “Black Consciousness Movement” que, como sabemos, teve um papel fundamental na história da África do Sul. Uma de suas proposições contundentes e que nos abre todo um campo de reflexão sobre o fundo psíquico que nos capturam na maquinaria da propaganda é a seguinte: “A arma mais potente do opressor se encontra no espírito do oprimido”³¹.

Dois apontamentos preliminares se impõem. Discorrer sobre o funcionamento psíquico nestas relações de poder não implica recusar todos os outros pontos de vista teóricos fundamentais para entender um acontecimento histórico. Portanto, eu me afasto neste ponto de uma perspectiva reducionista ou mesmo de uma pretensão ingênua de psicanálise aplicada. Em segundo lugar, trazer a psicanálise para este debate é fundamental, pois assim seguimos a intuição freudiana de indicar a potência analítica no campo social e político que esta disciplina possui. Sabemos que este é um campo que ainda tem muito a avançar.

O que mostra Biko, portanto, é que a força do opressor é, em parte, outorgada pelo oprimido e que os mecanismos de identificação são essenciais para compreender esta estranha ligação. A propaganda mostra sua eficácia quando consegue desenhar para o sujeito um objeto ideal ao qual ele se identifica e, portanto, se submete a ele. Não são poucos os mecanismos que o sujeito faz uso para não perturbar sua “sintonia” com estes ideais mesmo que tenha que pagar com o sacrifício de sua própria vida. A propaganda produz um certo efeito traumático, ao tentar fixar o sujeito em uma posição estática. Respondendo a um mecanismo de “assimilação” ao discurso do Outro, o indivíduo teria a tendência de eliminar toda a percepção que colocaria em causa este equilíbrio. A identificação, embora constitutiva, se apresenta aqui em sua face de sintoma. Vejamos o que nos diz sobre este ponto Sophie de Mijolla-Mellor:

O estado de alienação, que ele seja o resultado de uma força alienante externa ou de um desejo de autoalienação, se define pelo seu propósito: a redução mínima, mesmo absoluta, do conflito entre o Eu e seus Ideais. É de um aniquilamento da individualidade que se trata, pela redução máxima de todo desvio ou diferença.³²

Contudo, são inúmeros os ruídos desta maquinaria, acionados pela força da dúvida que vem perfurar as sombras de imagem produzidas pela propaganda. Dúvida que abre uma possibilidade de experiência de surpresa, de criação de novos sentidos, de novos posicionamentos diante da história, de esclarecimento sobre as estratégias, por vezes, perversas das políticas de propaganda. Assim, identificar alguns determinantes desta política abre novos espaços de futuro, mas sobre o qual nada sabemos. Não é este justamente o princípio ético da escuta psicanalítica? Louis Marin avança de forma lúcida neste ponto quando indica que o fundamental do significante utopia é colocar em cena um in-determinado³³.

Este me parece ser o campo de força que todo trabalho de análise aciona. Também identifico este potencial utópico na tensão que vemos na história entre as máquinas de propaganda que tentam manter o poder na mão dos mesmos e a indignação e revolta de alguns, que ainda são capazes de resistir a tais estratégias violentas. Assim, vivemos em um mundo de uma Tailândia que mantém uma censura feroz ao “crime” de crítica ao rei e seus sucessores (*loi lèse-majesté*) e que pode implicar em uma pena de 3 a 15 anos de prisão, para dar apenas um exemplo do noticiário recente³⁴. Mas como contraponto, a esperança de movimentos de revolta como no Irã, no dia 21 de julho 2009. Uma rede de contatos pela internet convidava todos os cidadãos a ligarem seus aparelhos elétricos em casa exatamente às 21 horas durante 4 minutos de forma a produzir um grande pane de eletricidade na hora do mais importante jornal televisivo. Assim, protestavam de forma “silenciosa” contra a reeleição fraudulenta de Mahmoud Ahmadinejad e, sobretudo, contra a política de propaganda do governo que faz de tudo para se manter no poder³⁵.

Talvez desligando algumas máquinas que nos impõem à força suas melodias de propaganda poderemos, quem sabe, escutar um pouco mais as inquietações que nos habitam e que ainda esperam seu tempo de formulação. Poderíamos sonhar com uma soberania mais plena que esta, mesmo que ainda nos falte a formulação de que precisamos? Há muitas bolhas de sabão no ar e é urgente que saibamos um pouco mais de onde mesmo elas vêm.

NOTAS

¹BATAILLE, G. Ce que j’entends par souveraineté. **Oeuvres Complètes**. Paris: Gallimard, 1976, v. VIII, p. 253.

² Melodia de fundo (tradução do autor).

³RILKE, Rainer Maria. **Notes sur la melodie des choses**. Paris: Éditions Allia, 2008, p. 53.

⁴ELLUL, Jacques. **Histoire de la propagande**. Paris: PUF, 1967.

⁵ “Governar, é fazer acreditar” (tradução do autor)

⁶Machiavel em seu clássico texto **O Príncipe** (capítulo XVIII), citado por Jacques Ellul em **Histoire de la propagande**, op. cit., p. 47(tradução do autor).

⁷ Penso sobretudo em **De la propagande** (FAYARD, Paris, 2002); **Propagande, médias et démocratie** junto com Robert W. McChesney (Montreal: Éditions Écosociété, 2004); **La fabrication du consentement—de la propagande médiatique en démocratie**, junto com Edward Herman (AGONE, Marseille, 2008).

⁸ Retomo nesta frase o fragmento do texto de Machiavel apresentado anteriormente. Dois livros de Sophie de Mijolla-Mellor me interessam particularmente em relação a este ponto. **Le besoin de croire: métapsychologie du fait religieux** (Paris: Dunod, 2004), e **Croire à l'épreuve du doute** (Paris: Les éditions de l'atelier/Éditions Ouvrières, 2008).

⁹ Ver BLOCH, E. **Le principe espérance**. Paris: Gallimard, 2001.

¹⁰ Desenvolvo mais amplamente este argumento em meu livro **Uma invenção da utopia**. São Paulo:Lumme Editor, 2007.

¹¹TCHAKHOTINE, S. **Le viol des foules par la propagande politique**. Paris: Gallimard, 1952 (1er. edition 1939).

¹² Em seu texto,Tchakhotine menciona as pulsões agressivas, sexuais, parentais e até mesmo alimentares.

¹³Ver **Encyclopédie Philosophique Universelle – Les Notions Philosophiques**.Paris:PUF, 1990, v. 2, p. 2072 (tradução do autor).

¹⁴DOMENACH, J.-M. **La propagande politique**. Paris:PUF, 1979(1^o edition 1959).

¹⁵Ver AULAGNIER, P. **La violence de l'interprétation – du pictogramme à l'énoncé**, Paris: PUF, 1986 (1^o edition 1975).

¹⁶MIJOLLA-MELLOR, S.**Croire à l'épreuve du doute**. Paris: Les Editions de l'Atelier/Editions Ouvrières, 2008, p. 12.

¹⁷ Como aponta Sophie de Mijolla-Mellor, op. cit., p. 12.

¹⁸ MARX, K. **Lettre de Marx à son Père**, de 10 novembre 1837enviada de Berlim.**Oeuvres Philosophiques**.Bibliothèque de la Pléiade.Paris: Gallimard, 1982,v. III,p. 1.370 (tradução do autor).

¹⁹BATAILLE, G.**La part maudite – essai d'économie générale**.Paris: Les Éditions de Minuit, 1949. Uma pequena nota em relação a este livro. Ao consultar o exemplar na Bibliothèque Sainte-Genevieve, encontro uma dedicatória de Georges Bataille na primeira página do livro, o que de fato evidentemente outro brilho e olhar para o livro em questão. “A M. André Rousseaux, hommage sympathique de Georges Bataille”(tradução do autor).

²⁰Título do livro de Frédéric Neyrat. **Image hors– image**. Paris: Editions Lignes & Manifestes, 2003.

²¹ Montaigne. **Les Essais**.Bibliothèque de la Pléiade. Paris: Gallimard, 2007, p. 98.

²² Ver Jameson, F. **As sementes do tempo**. São Paulo:Ática, 1997.

²³ Ver MARIN, L. **Utopiques: jeux d'espaces**. Paris:Les Éditions de Minuit, 1973, p. 116.

²⁴Ver NEYRAT, op. cit.,p.27.

²⁵NEYRAT, op. cit., p. 20 (tradução do autor).

²⁶ Ver CHOMSKY, N. **De la propagande**. Paris:Fayard, 2002. “Segundo as últimas pes-

quisas, cada ano, cercade 600 mil crianças são contaminadas pelo vírus da Aids por via intrauterina, o que significa que eles morrerão sem dúvida de Aids. Este é um processo que poderia ser eliminado com a utilização de medicamentos custando em torno de dois dólares por ano. Contudo, as companhias farmacêuticas recusam que estes sejam vendidos por uma estratégia chamada "licença obrigatória", em outros termos, que os países concernidos possam produzi-los por um custo bem mais barato que do monopólio, p. 198 (tradução do autor). Como aceitar que uma posição como esta possa se sustentar diante dos próprios organismos ditos humanitários e responsáveis pela saúde? Aqui uma política de propaganda com argumentos em prol da pesquisa dita de ponta e da sustentação do monopólio se faz presente o que, na verdade, é uma máscara para o real interesse que ali está presente, ou seja, as cifras dos lucros desta empresas. Para maiores detalhes em relação a este ponto remeto o leitor ao texto de Chomsky.

²⁷CHOMSKY, N. **La fabrication du consentement**, op. cit., p. 26.

²⁸ Ver CHOMSKY, N. **Propagande, médias et démocratie**, op.cit., p. 33.

²⁹ Ver Sophie de Mijolla Croire, **À l'épreuve du doute**, op. cit., p. 9.

³⁰ Sophie de Mijolla-Mellor, op. cit., p. 25 (tradução do autor).

³¹ Ver CHOMSKY, **De la propagande**, op. cit., p. 246.

³² Sophie de Mijolla-Croire, op. cit., p. 65 (tradução do autor)

³³ MARIN, L. **Utopiques: Jeux d'espaces**. Paris:Les Éditions de Minuit, 1973, p. 37.

³⁴Ver jornal **Libération**, 15 juillet 2009, p. 12, Paris.

³⁵Ver jornal **Libération**, Paris, p. 2, 19 juillet 2009.