

Índice

A Algofobia	11
A Coação da Felicidade	17
A Sobrevivência	25
A Ausência de Sentido da Dor	31
A Astúcia da Dor	37
A Dor como Verdade	43
A Poética da Dor	47
A Dialética da Dor	51
A Ontologia da Dor	55
A Ética da Dor	63
O Último Homem	67

A Algofobia

*Diz-me qual a tua relação com a dor, e eu dir-te-ei quem és.*¹
Esta máxima de Ernst Jünger pode aplicar-se à sociedade como um todo. A nossa relação com a dor revela em que sociedade vivemos. As dores são números que contêm a chave para a compreensão da respetiva sociedade. Por esse motivo, toda a crítica social tem de oferecer uma hermenêutica da dor. Se as dores forem entregues exclusivamente à medicina, perdemos o seu caráter distintivo.

Hoje reina por toda a parte uma *algofobia*, um medo generalizado da dor. A tolerância à dor também diminui rapidamente. A algofobia tem por consequência uma *anestesia permanente*. Evita-se qualquer estado doloroso. O sofrimento amoroso também se tornou suspeito. A algofobia estende-se ao social. Cada vez se atribui menos espaço a conflitos e controvérsias suscetíveis de conduzir a confrontos dolorosos. A algofobia também abrange a política. A coação da conformidade e a pressão do consenso estão a aumentar. A política instala-se numa zona paliativa e perde toda a vitalidade. A «falta de alternativas» é um *analgésico político*. O «centro» difuso tem um efeito paliativo. Em vez de se discutir e lutar por melhores argumentos,

¹ Ernst Jünger, *Über den Schmerz*, in: *Sämtliche Werke, Essays I*, vol. 7, Munique, 1980, pp. 143-191, aqui: p. 145.

cede-se à coação do sistema. Alastra uma pós-democracia, uma *democracia paliativa*. Daí Chantal Mouffe reclamar uma «política agonística», que não evite confrontos dolorosos.² A *política paliativa* é incapaz de visões ou reformas *drásticas* que podem provocar dor. Prefere recorrer a analgésicos de curta duração que apenas mascaram disfunções e distorções sistêmicas. A política paliativa não tem *coragem para a dor*. E assim o mesmo [*das Gleich*] permanece.

A atual algofobia está na base de uma mudança de paradigma. Vivemos numa sociedade de positividade que procura libertar-se de qualquer forma de negatividade. A dor é a negatividade por excelência. Também a psicologia segue essa mudança de paradigma e transita da psicologia negativa, como «psicologia do sofrimento», para a «psicologia positiva», que se ocupa do bem-estar, da felicidade e do otimismo.³ Os pensamentos negativos são de evitar, devendo ser imediatamente substituídos por pensamentos positivos. A psicologia positiva submete a própria dor a uma lógica de desempenho. A ideologia neoliberal da resiliência transforma experiências traumáticas em catalisadores para o aumento do desempenho. Fala-se até de crescimento pós-traumático.⁴ O treino da resiliência como exercício de força mental tem de fazer de um indivíduo um sujeito de desempenho o mais possível insensível à dor e permanentemente feliz.

A missão de felicidade da psicologia positiva e a promessa de um oásis medicamentoso permanente, viável e que proporcione bem-estar, estão intimamente ligadas. A crise dos opioides nos EUA tem um caráter paradigmático. A ela não está apenas associada a ganância de uma empresa farmacêutica. Pelo contrário, assenta num pressuposto desastroso para a existência humana. Só uma ideologia de bem-estar permanente pode levar a

2 Cf. Chantal Mouffe, *Agonistik. Die Welt politisch denken*, Berlim, 2014.

3 Cf. Barbara Ehrenreich, *Smile or Die. Wie die Ideologie des positiven Denkens die Welt verdummt*, Munique, 2010.

4 Cf. Eva Illouz e Edgar Cabanas, *Das Glücksdiktat. Und wie es unser Leben beherrscht*, Berlim, 2019.

que fármacos inicialmente usados em medicina paliativa sejam também ministrados em grande escala a pessoas saudáveis. Não é uma coincidência David B. Morris, um especialista norte-americano em dor, ter sublinhado há décadas: «Os norte-americanos atuais pertencem provavelmente à primeira geração do mundo que considera uma existência sem dor como uma espécie de direito constitucional. A dor é um escândalo.»⁵

A sociedade paliativa coincide com a sociedade do desempenho. A dor é interpretada como um *signal de fraqueza*, algo que é válido esconder ou que não se deve otimizar. Ela não é compatível com o desempenho. A *passividade do sofrimento* não tem lugar na sociedade ativa dominada pela *capacidade (Können)*. Hoje, a dor é despojada de qualquer possibilidade de expressão, estando condenada ao *silêncio*. A sociedade paliativa não permite que se vivifique e verbalize a dor, transformando-a numa *paixão*.

A sociedade paliativa também é uma sociedade do *Gosto*, à mercê da ilusão do que é agradável. Tudo é polido até se tornar agradável. O *Like* é o sinal, o *analgésico do presente*. Ele domina não só nos meios de comunicação social, como em todos os domínios da cultura. Nada deve magoar. Não só a arte, mas a própria vida, tem de ser *instagramável*, ou seja, livre de cantos e arestas, de conflitos e contradições, que poderiam provocar dor. Esquece-se que *a dor purifica*, que produz um efeito catártico. Na cultura da agradabilidade não existe a possibilidade de *catarse*. Assim, sufoca-se nas *escórias da positividade* que se acumulam sob a superfície da cultura da agradabilidade.

Num comentário sobre leilões de arte moderna e contemporânea pode ler-se o seguinte: «Quer Monet ou Koons, quer as tão apreciadas figuras reclinadas de Modigliani, quer as figuras femininas de Picasso ou os sublimes campos de cor de Rothko, quer mesmo os pseudo-Leonardos restaurados — troféus aos mais altos preços devem obviamente ser atribuídos à primeira

5 David B. Morris, *Geschichte des Schmerzes*, Frankfurt, 1996, p. 103.

vista a um artista (do sexo masculino) e ser apazíveis até à banalidade. Lentamente, pelo menos uma artista juntou-se a este círculo: Louise Bourgeois estabeleceu um novo recorde para uma escultura gigantesca. Trinta e dois milhões para a sua escultura *Maman*, da década de 1990. Mas mesmo aranhas gigantes são menos ameaçadoras do que extraordinariamente decorativas.»⁶ Em Ai Weiwei, a própria moral é embalada de tal forma que incita ao *Like*. Moral e agradabilidade encontram-se numa simbiose bem-sucedida. A dissidência degenera em *design*. Jeff Koons, por outro lado, encena uma arte do *Gosto*, isenta de moral e ostensivamente decorativa. A única reação sensata à sua arte, como ele próprio aponta, é «Uau».⁷

Hoje, a arte é enfiada à força no espartilho do *Gosto*. Essa anestesia da arte não se detém perante os velhos mestres. Assim, chega-se mesmo a estabelecer uma ligação direta entre eles e o *design* de moda: «A exposição de retratos selecionados foi acompanhada por um vídeo que demonstrou como as cores dos vestidos de *designers* contemporâneos e as pinturas históricas de Lucas Cranach, *o Velho*, ou de Peter Paul Rubens combinam bem. E, como é natural, não faltou a sugestão de que os retratos históricos eram uma forma antecipada das *selfies* atuais.»⁸

A cultura da agradabilidade tem múltiplas origens. Remonta, antes de mais, à economização e comoditização da cultura. Os produtos culturais estão submetidos a uma coação cada vez mais forte do consumo. Eles devem assumir uma forma que os torne consumíveis, ou seja, apazíveis. Esta economização da cultura anda de mãos dadas com a culturalização da economia. Os bens de consumo estão associados a uma mais-valia cultural. Eles prometem experiências culturais e estéticas. Assim, o *design* torna-se mais importante do que o valor de uso. A esfe-

6 Marcus Woeller, *Gefälligkeiten machen sich bezahlt*, in: *WELT* de 18.05.2019.

7 Cf. Byung-Chul Han, *Errettung des Schönen*, Frankfurt, 2015. [Ed. portuguesa: *A Salvação do Belo*, trad. Miguel Serras Pereira, Relógio D'Água, Lisboa, 2016. (N. E.)]

8 Astrid Mania, *Alles wird Pop*, in: *Süddeutsche Zeitung* de 8/9.02.2020.

ra do consumo penetra na esfera da arte. Os bens de consumo apresentam-se como obras de arte. Deste modo, as esferas da arte e do consumo confundem-se, o que tem por consequência que a arte, por sua vez, faz agora uso da estética do consumo. Ela torna-se agradável. A economização da cultura e a culturalização da economia reforçam-se mutuamente. A separação entre cultura e comércio, entre arte e consumo, entre arte e publicidade é anulada. Os próprios artistas ficam submetidos à coação de se estabelecerem como marcas. Passam a estar em conformidade com o mercado e tornam-se apazíveis. A culturalização da economia também afeta a produção. A produção pós-industrial, imaterial, adota as formas da práxis artística. Ela tem de ser *criativa*. Porém, a criatividade como estratégia económica permite apenas *variações do mesmo*. Não tem acesso ao que é *totalmente diferente*. Falta-lhe a *negatividade da rutura*, que dói. Dor e comércio excluem-se mutuamente.

Quando a esfera da arte, nitidamente separada da esfera do consumo, seguiu a sua própria lógica, não se esperava dela qualquer agradabilidade. Os artistas mantinham-se afastados do comércio. A frase de Adorno de que a arte era «estranheza para o mundo»⁹ ainda tinha a sua validade. Por conseguinte, a arte do bem-estar é uma contradição. A arte deve ser capaz de desconcertar, de incomodar, de perturbar, até mesmo de magoar. Ela permanece *em outro lugar*. Está *em casa no estranho*. É precisamente a estranheza que constitui a aura da obra de arte. A dor é a fenda através da qual o totalmente diferente se introduz. É precisamente a negatividade do totalmente diferente a permitir que a arte se torne uma contranarrativa da ordem dominante. A agradabilidade, pelo contrário, mantém o mesmo.

Segundo Adorno, a pele de galinha é a «primeira imagem estética».¹⁰ Ela manifesta a intrusão do outro. A consciência,

9 Theodor W. Adorno, *Ästhetische Theorie, Gesammelte Schriften*, ed. R. Tiedemann, vol. 7, Frankfurt, 1970, p. 274.

10 Theodor W. Adorno, *Noten zur Literatur, Gesammelte Schriften*, op. cit., vol. 2, Frankfurt, 1974, p. 114.