12 FEPEG FÓRUM ENSINO · PESQUISA · EXTENSÃO · GESTÃO
CIÊNCIA E TECNOLOGIA: IMPLICAÇÕES NO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO
REALIZAÇÃO: Unimontes PIBID Unimontes
APOIO: FAPEMIG FADENOR
ISSN: 1806-549X

A SOCIEDADE DE CONSUMO SOBRE A ÓTICA NIILISTA NO FILME CLUBE DA LUTA (1999)

Autores: LUCAS RIBEIRO DE CARVALHO, GUSTAVO SOUZA SANTOS,

Introdução: As Revoluções Industriais ocorridas entre os séculos XVIII e XX introduziu uma era de transformações na sociedade quanto às relações de trabalho, produção, tecnologia e as relações de consumo, tendo a última um crescimento de demanda e importância (POLON, 2011, p.1). Junto a crescente produção industrial de novos e variados produtos de variados segmentos e o surgimento de serviços até então desconhecidos pela sociedade da primeira metade do século passado, as mídias de massa veiculam junto com os seus conteúdos mensagem publicitária que acrescentam em seus espectadores o desejo pelo consumo desses produtos de maneira racional ou não. A sociedade de consumo é característica da modernidade, onde os conceitos de economia e cultura se entrelaçam e moldam a vida dos indivíduos nela inseridos e que, de acordo com Lipovetsky (2007), criou um modo de vida centrado nos valores materialistas. Neste sentido, a sociedade moderna ocidental passou a gerir suas regras a respeito da identidade marcada pela posse (GIGLIO, 2003), onde o homem é posto em questão quanto a sua função, entre consumir para viver ou viver para consumir. Deve ser considerada ainda a efemeridade das coisas, proposta inclusa na teoria liquida de Bauman onde se ergue "o valor da novidade acima do valor da permanência" (2007, p.111). Nietzsche foi um grande crítico da sociedade moderna, pois as obras do filósofo alemão possuem destaque para a abordagem desse conceito que procurou identificar desde suas origens ao diagnóstico da sociedade em que vivia e "buscava captar o espírito de incerteza, dúvida e hesitação que acrescia no exercício filosófico e na ação do homem moderno" (ARALDI, 1998, p.76), o niilismo. O termo niilismo é conceituado como uma negação, não só dos valores, mas da própria vida ao que se refere ao norteamento da vida das pessoas por um valor que não se concretiza em nossa realidade. Nietzsche trata como niilista aquele que direciona a vida para algo imaterial, inalcançável fisicamente, o que incorpora em suas críticas à metafísica cristã e seus valores morais. Definido como platonismo para o povo, o autor trata o cristianismo como um impositor da moral de renúncia e submissão e de desvalorizar a vida em nome de um ideal transcendente (PECORARO, 2007 p.18). Nesse sentido Nietzsche em seus estudos afirmou a morte de Deus, o que deixou um vazio na sociedade contemporânea, que passa a ser preenchido por valores de consumo, que norteia a vida do homem para a apreciação laicizados do sistema capitalista. O consumo transformou-se na moral do mundo contemporâneo (BAUDRILLARD, 1995), e regente da indústria cultural. **Objetivo:** O objetivo deste trabalho é analisar a relação entre a sociedade de consumo e a concepção niilista presente no filme *Clube da Luta* (1999) de David Fincher, descrevendo aspectos da teoria niilista de Friedrich Nietzsche que abordam os valores, a moral e a libertação do homem moderno e identificando o discurso crítico do filme sobre as relações de consumo em confronto com a máxima libertária do pensamento niilista. **Metodologia:** A narrativa da obra cinematográfica será decomposta para identificar as relações da teoria da sociedade de consumo com os aspectos niilistas a partir da análise de conteúdo fílmica, objetivando o norteamento dessa pesquisa. O estudo possui natureza descritiva, qualitativa e documental tendo por corpus o filme em questão. Para estudo do filme, aplicou-se a técnica de análise de conteúdo (BARDIN, 2007), examinou-se a obra quanto recursos narrativos audiovisuais e verbovisuais e, em associação, uma revisão das obras de Nietzsche (1999; 2001) e da sociedade de consumo (BAUDRILLARD, 2007) . **Resultados:** O filme nos apresenta ao personagem inominado de Edward Norton, um auto-declarado comprador compulsivo, que procurava preencher seu vazio existencial através do consumo até conhecer Tyler Duren (Brad Pitt), um sujeito subversivo que questiona os padrões atuais da sociedade, formando ambos o Clube da Luta. A narrativa da obra de Fincher conduz à trajetória proposta por Nietzsche a cerca do niilismo, em que o homem primeiro nega a realidade vislumbrando o vazio, neste caso, a natureza consumista, passando pelo abandono desses valores até ao chamado niilismo de êxtase, onde propõe a desestruturação dos preceitos modernos, resultando na afirmação do homem e de seu potencial. **Conclusão:** Ao considerar as relações dos indivíduos na sociedade moderna face ao filme, observa-se a necessidade de uma maior reflexão para compreender a forma como é moldada a partir de seus membros que, segundo Bauman (1999), "é ditada primeiro e acima de tudo pelo dever de desempenhar o papel de consumidor". Conclui-se que o discurso presente no filme está em conformidade com a teoria niilista de Nietzsche, apontado uma crítica a sociedade moderna que se fundamenta nas relações de consumo e nas formações da identidade dos indivíduos que passam a basear seus valores em bens materiais e no fetichismo cultural.

REFERÊNCIAS

ARALDI, C. L. Para uma caracterização do niilismo na obra tardia de Nietzsche. **Caderno Nietzsche**. nº. 5, p. 75-94, 1998

BAUDRILLARD, J. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70, 2007.

BARDIN, L. **Análise do conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2007.

BAUMAN, Z. **Globalização**: As consequências humanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

_____. **Vida para consumo**: A transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007.

CLUBE da Luta. Direção: David Fincher. Produção: Art Linson *et al*. 20th Century Fox, 1999: 139 min, DVD.

GIGLIO, E. M. **O comportamento do Consumidor**. São Paulo: Thomson, 2003.

LIPOVETSKY, G. **A Era do Vazio**: Ensaios sobre o individualismo contemporâneo. Barueri: Manole, 2005.

PECORARO, Rossano. **Niilismo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007.

POLON, Luana Caroline Künast. Sociedade de Consumo Ou o Consumo da Sociedade? Um Mundo Confuso e Confusamente Percebido. In: SEMINÁRIO NACIONAL ESTADO E POLÍTICAS SOCIAIS, 5., 2011; Cascavel. *Anais…*