

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

**Autores:** GUSTAVO SOUZA SANTOS, LUCAS RIBEIRO DE CARVALHO

**RESUMO:** 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 ao sua função, entre consumir para viver ou viver para consumir. Nietzsche foi um grande crítico da sociedade moderna, que 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. O objetivo deste trabalho foi 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. O estudo possui natureza descritiva, qualitativa e documental tendo por corpus o filme em questão. 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. Para a estudo do filme, aplicou-se a técnica de análise de conteúdo e em associação, uma revisão das obras de Friedrich Nietzsche e da sociedade de consumo. 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

- BAUDRILLARD, J. *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Edições 70, 2007.
- BAUMAN, Z. *Globalização: As consequências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.
- 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: Ensaio sobre o individualismo contemporâneo*. Barueri: Manole, 2005.