

TÍTULO: A indústria cultural e o sujeito do consumo: das determinações históricas à demanda de completude

AUTORA: Camila Passos Fleury de Oliveira

ORIENTADORA: Profa. Dra. Silvia Rosa da Silva Zanolla

DEFENDIDA: 04/07/2006

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar a dinâmica de um dos fenômenos emblemáticos do mundo moderno: o consumismo. Para tanto, partiu-se da análise em dois níveis: o primeiro se refere às determinações materiais que constituem esse processo, a partir da análise das transformações que ocorreram na sociedade em âmbito mundial com o processo de implementação, desenvolvimento e consolidação do Capitalismo e o que isto afetou a vida dos sujeitos não apenas nos aspectos político-econômicos, mas, sobretudo, no que concerne às transformações sócio-culturais verificadas. Dando prosseguimento a este item, buscou-se analisar o fenômeno da chamada “indústria cultural”, termo cunhado por Horkheimer e Adorno em 1947, e a influência ideológica que esta exerce sobre a subjetividade dos sujeitos. O segundo nível se refere à investigação das determinações subjetivas envolvidas no processo de consumo e a sua influência nesse processo. Para tanto, partiu-se da análise de um conceito fundamental desenvolvido por Freud, o conceito de incompletude. Sendo assim, buscou-se articular esses dois níveis de interesse, partindo-se do pressuposto de que o fenômeno do consumismo não pode ser considerado levando-se em conta apenas o aspecto material, nem apenas o aspecto subjetivo. Na sociedade moderna o consumo se converteu na expressão de um indivíduo que, impossibilitado de realizar-se enquanto um sujeito livre e autônomo, adere às ilusões criadas pelo capitalismo para a garantia de sua manutenção. Os homens, convertidos em consumidores, são condicionados a pensar, viver, relacionar-se de acordo com as normas ditadas pela indústria. No limite, o que é comercializado intrinsecamente através dos produtos são idéias e comportamentos que potencializam o desejo de compra. Cada produto vem revestido de uma promessa de felicidade total que mobiliza o ideário do público, encorajando a gratificação imediata por meio da criação da ilusão de que a gratificação total é possível. Mas, segundo Freud (1929) essa promessa nunca poderá ser realizada já que o ser humano tem como condição fundante a incompletude. Por meio da cultura do consumo, o sujeito busca negar a condição de incompletude, pois à medida que o desejo é sempre realizável, mesmo que ilusoriamente, não há contato com a falta, com o vazio constitutivo do ser. Esse consumidor, administrado em tempo integral, é o sujeito emblemático da sociedade capitalista. Afinal, que sujeito é esse que submete o seu desejo ao desejo da indústria? E que indústria é essa que detém em suas rédeas tal poder? Em face dessa realidade, originou-se o interesse de buscar uma maior compreensão acerca da relação entre sujeito e consumo. Para tanto realizou-se uma pesquisa teórica que contou como referência autores como Marx, Freud e os pensadores da Escola de Frankfurt, principalmente Adorno e Horkheimer.