



Evento: XXVIII Seminário de Iniciação Científica

CONSUMISMO: UMA VISÃO PSICANALÍTICA ¹

CONSUMERISM: A PSYCHOANALYTIC VIEW

Rebeca Souza Borges ², Ariosto Sparemberger ³

¹ Projeto de pesquisa de iniciação científica desenvolvido na Unijuí;

² Bolsista de iniciação científica; estudante do curso de Psicologia UNIJUÍ;

³ Professor orientador; curso de Administração UNIJUÍ

RESUMO

Este estudo objetivou investigar o Consumismo enquanto característica da sociedade pós moderna, analisando do ponto de vista psicanalítico suas raízes e articulações. Para fins de pesquisa, utilizou-se bases bibliográficas de cunho histórico, psicanalítico, administrativo e filosófico.

Palavras-chave: Consumismo. Psicanálise. Sociedade

INTRODUÇÃO

A pós-modernidade concebeu-se, entre outras coisas, sob a égide da Razão, da fluidez e do imediatismo e a partir desse discurso, produtos, ideias e pessoas são expostos e consumidos como mercadoria. Em uma sociedade marcada por um capitalismo social e do desejo, os produtos de consumo são valorados por aquilo que representam simbolicamente. (BAUMAN, 2001).

Além disso, vale ressaltar que o modelo Capitalista de produção alimenta seu modo de funcionamento por meio da rotatividade de produtos potencialmente descartáveis (MARX, 1971) e é alimentado pelo poder de consumo incessante desses objetos. Assim, as práticas sociais são peças de um dispositivo político que, enquanto dispositivo, articula-se com a estrutura econômica. (FOUCAULT, 1995).



Pensando nisso, neste artigo, o foco é entender o Consumismo propriamente dito, bem como analisar do ponto de vista psicanalítico e sociológico as raízes de tais comportamentos e sua relação com o desejo.

METODOLOGIA

O presente trabalho é uma pesquisa exploratória bibliográfica de cunho qualitativo, com o objetivo de compreender as raízes do consumismo e suas articulações enquanto questão pertinente à sociedade atual.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

1.1 O CONSUMISMO

Primeiramente cabe diferenciar dois conceitos que se confundem: O consumo diz respeito ao ato de comprar, dispor de algo necessário, o consumismo, por outro lado, é o excesso. Aliás, a palavra que define a sociedade pós-moderna é justamente esta: Excesso.

Para Bauman (1998), a pós- modernidade, é marcada por exigências constantes de mudança que acabariam por gerar insegurança. Assim, o critério de adequação social é a capacidade de participar do jogo do mercado.

Em verdade, a ordem estabelecida socialmente é o desmantelamento da ordem anterior e a instituição de uma nova, fatalmente temporária, como ciclos intermináveis. No contexto contemporâneo, o sujeito precisa

Mostrar-se capaz de ser seduzido pela infinita possibilidade e constante renovação promovida pelo mercado consumidor, de se regozijar com a sorte de vestir e despir identidades, de passar a vida na caça interminável de cada vez mais intensas sensações e cada vez mais inebriante experiência (Bauman, 1998, p. 23).

O Consumismo aparece então como um elemento fundamental de mediação de novas relações que se estabelecem no plano cultural das sociedades modernas. (RETONDAR, 2008). Assim, o consumo deixa de ser apenas uma atividade econômica e passa a



desempenhar também a função de campo de produção de significados e formas simbólicas. (ibdem,2008)

1.2 O DISCURSO CAPITALISTA

De acordo com a Psicanálise, o ser humano se constitui numa dimensão sócio histórica e simbólica (LACAN, 1973) e assim, somos amparados por uma série de significantes, representações sociais e elementos culturais e nos fazemos sujeitos em relação ao outro e ao mundo.

Pensando nisso, Lacan (1969/1970) elaborou a teoria dos discursos com uma forma de formalizar os laços sociais, que fundamentam as relações entre os homens.

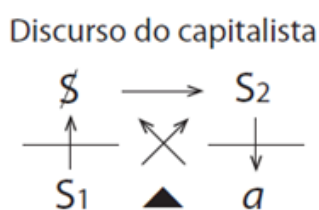


Figura 1 – Matema do Discurso Capitalista de Lacan. Fonte: <http://www.scielo.br/>

No discurso capitalista, apresentado no Seminário XVII, (Ibidem,1969/ 1970), o \$ representa o sujeito barrado; S1, chamado de significante mestre, é aquele que intervém no campo definido da linguagem; o S2, nomeado como saber, é o responsável por ligar os significantes em uma relação de rede e por fim, o objeto *a* é a causa do desejo. Dessa forma, há um não-laço social caracterizado pelo acesso irrestrito ao objeto de desejo (objeto *a*). A respeito do discurso capitalista, Couto e Teixeira (2010) escrevem:

Uma vez alienado, o sujeito aceita os ditames da cultura capitalista, acredita no poder de complementação dos objetos e entra no circuito do consumo excessivo, que torna a extração de gozo uma prorrogação incessante, indo e voltando em torno de um gozo perdido e ofertado como possível. (Pg 587)

Como consequência, o sujeito pós-moderno está diante da Ilusão de uma possível plenitude satisfatória (LACAN, 1969/1970), servo a um mais-de-gozar insaciável através de



objetos intercambiáveis como uma tentativa de reproduzir um estado irrecuperável de completude. (Ibdem, 1969).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do matema Lacaniano, enfaticamente, pode-se dizer que estamos postos diante dos “paradoxos do gozo” estabelecidos pela relação do sujeito com o Outro, com a Lei e com a linguagem. (LACAN 1969/1970), e é com base nesta relação que o consumismo se constitui enquanto sintoma social.

Em verdade, o mundo dos semblantes, resultado deste discurso, tem levado, entre outras coisas, à destruição da ficção do real (LACAN 1969/1970), a um tamponamento de angústias, comportamentos disfuncionais e consumismo desenfreado. Isto posto, o sujeito é instigado a buscar soluções rápidas para o mal-estar, obscurecendo questões concernentes ao desejo.

Ora, o consumo é realizado na busca de uma satisfação simbólica, o consumismo diz respeito à falta que nos é inerente. Frente a isto, o discurso consumista é uma demanda, um pedido de mais satisfação. Couto e Teixeira (2010) escrevem:

Esse sistema cultural sustenta-se na crença de distribuição do gozo para todos e em partes iguais, por meio da apropriação dos produtos da cultura. Assim, a sociedade de mercado oferece ao sujeito objetos elevados à categoria daquilo que completaria a falta-a-ser. (p 587)

A cultura do consumismo aparece então como um projeto sempre incompleto, que responde ao desamparo estrutural e às diferentes modalidades de construção social e por fim, aqueles que não podem participar do jogo são consumidores falhos, um problema a ser resolvido. (BAUMAN, 1998).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMAN, Z. **O mal-estar na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 1998



BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 2001

COUTO, Luís; TEIXEIRA, Vanessa. **Leitura lacaniana do consumo**. Psicologia em Estudo, Maringá, v. 15, n. 3, p. 583-591, jul./set. 2010

FOUCAULT, M. **O sujeito e o poder**. In: Dreyfus, H. & Rabinow, – Uma trajetória filosófica (Para além da hermenêutica e do estruturalismo). p. 231-249. Rio de Janeiro: Forense Universitária. 1995

LACAN, J. **O seminário, livro 17: o avesso da psicanálise**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 1969-1970/1992

LACAN, J. **O seminário, livro 19: ou pior**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 1971-1972

MARX, K. **O capital. Livro1: crítica da economia política**. O processo de produção capitalista. 2.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1971

MARX, K- **O capital. Livro 2: O processo de circulação do capital**. Trad. Reginaldo Sant'anna. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1970.

RETONDAR, Anderson. **A (re)construção do indivíduo: a sociedade de consumo como "contexto social" de produção de subjetividades**, [Sociedade e Estado](#) on line version ISSN 1980-5462, Soc. estado. vol.23 no.1 Brasília Jan./Apr. 2008. Disponível em <<http://dx.doi.org/10.1590/S0102-69922008000100006>>

SILVA, Magali. **Freud e a atualidade de O mal-estar na cultura**. Analytica vol.1 no.1 São João del Rei dez. 2012