

O NARCISISMO E SUA REPRESENTAÇÃO NA SOCIEDADE DE CONSUMO: UMA ANÁLISE DO FILME “DELÍRIOS DE CONSUMO DE BECKY BLOOM”

*Narcissism and its representation in the consumerist society: an analysis of the
movie “Confessions of a shopaholic”*

Patrícia Jesus de Oliveira¹

Lívia Aragão²

*Artigo encaminhado: 08/07/2012
Aceito para publicação: 16/06/2014*

RESUMO

Este artigo defende a ideia de que o consumismo tem gerado uma sociedade narcisista. Essa transformação vem acontecendo a partir da consolidação do capitalismo no cenário mundial. Essa temática é explorada no filme “Delírios de consumo de Becky Bloom”, que se desenrola mostrando o gasto financeiro incontrolável da protagonista para conseguir manter um ilusório bem-estar individual. As autoras estruturam sua análise, desta forma, a partir desta obra cinematográfica. O cinema tem como objetivo entreter e pode nos fazer refletir sobre os temas apresentados. Desta forma, a obra fílmica explorada serve como um objeto de estudo para a análise de situações existenciais e sócio-culturais, entre as quais o narcisismo na sociedade de consumo.

Palavras Chave: Consumismo. Capitalismo. Narcisismo. Cinema.

ABSTRACT

This article contends that consumerism has created a very narcissistic society. This transformation is attributed to the consolidation of capitalism in the world stage. The basis for this analysis is the film “Confessions of a shopaholic”, showing the

¹ Graduanda de Psicologia da Faculdade Nobre de Feira de Santana – Bahia.
pattyoliveira@hotmail.com

² Professora mestre do departamento de Psicologia da Faculdade Nobre de Feira de Santana – Bahia, nas disciplinas: metodologia científica; pesquisa aplicada I e II; TCC I e II; comunicação e linguagem. liviaragao@ig.com.br

protagonist's uncontrollable spending in order to sustain an illusory individual well-being. The objectives of cinema are to entertain and make us reflect on what is presented. Thus, the film serves as an object of study for the analysis of new existential and cultural situations, such as narcissism in consumer society.

Keywords: Consumerism. Capitalism. Narcissism. Film.

1 INTRODUÇÃO

O advento do capitalismo vem gerando um consumismo exacerbado, ou seja, um turboconsumismo, de acordo com Lipovetsky (2007) citado por Caniato e Nascimento (2010, p.27). A partir dessa lógica, muitos na sociedade acreditam que para ter poder é necessário possuir objetos de consumo, mas estes têm prazo de validade – um período programado para se danificar – demandando uma permanente troca de mercadorias. E é nessa dinâmica que o individualismo se torna exagerado, pois propicia uma falta de investimento nos ideais, nas causas coletivas e nas relações gerando uma libido em seu próprio ego, mantendo indivíduos em estados regredidos de funcionamento narcísico.

O cinema tem um papel fundamental na compreensão dessas expressões, pois ele não só tem a função de lazer, mas também de reflexão, ou seja, pode despertar no espectador uma atitude crítica sobre o tema explorado. Desta maneira, segundo Benjamin, mencionado por Cagliani (2005, p.40), o objetivo do cinema “é tornar ‘mostráveis’, sob certas condições sociais, determinadas ações de modo que todos possam controlá-las e compreendê-las”. O cinema apresenta uma realidade histórica, pois demonstra conteúdos intrínsecos de época, influenciando em modos de pensar e agir nas sociedades. Cada autor de um filme vive em uma realidade e a criação dele depende de sua percepção sobre o mundo. Por isso, a obra fílmica pode ser considerada o retrato e a interpretação da realidade como vistos por um de seus integrantes.

2 FILME: Os delírios de consumo de Becky Bloom

A obra fílmica “Delírios de consumo de Beck Bloom” relata a vida de Rebecca (Becky) Bloom, uma mulher que compra compulsivamente e acaba cheia de dívidas. Para tentar pagá-las começa a procurar emprego e, ironicamente, consegue um trabalho de colunista em uma revista de economia. Nesta, ela começa a dar dicas sobre finanças, embora tenha sua própria vida tomada pelo consumismo.

Com o novo emprego de jornalista, Becky tenta reduzir seus gastos e procura um grupo de compradores compulsivos para se tratar, no primeiro momento sem muito sucesso. Com o passar do tempo, a sua compulsão por compras acaba isolando-a de algumas pessoas que ela gosta, como sua amiga e seu chefe – que é também um seu pretendente. Só então, ela percebe, em nível mais profundo, que suas compras excessivas estão atrapalhando sua vida e procura novamente reduzir os gastos com o auxílio de apoio psicológico, tendo finalmente sucesso.

3 NARCISISMO COMO CONSEQUÊNCIA DO CONSUMISMO

Na visão psicanalítica, o narcisismo, fenômeno que naturalmente acontece na infância, é considerado como primário. Nesse primeiro momento, há um autoerotismo em que a energia libidinal estaria concentrada no ego servindo de proteção, mas atuaria também como uma fonte de fantasias. Essa etapa é indispensável para o desenvolvimento humano e não se a considera como uma patologia. Com a continuidade do desenvolvimento essa energia libidinal ligada ao ego se deslocará para os objetos, ou seja, o ego narcísico passará a procurar o outro, transferindo seu desejo e a realização de sua satisfação. Para que haja um equilíbrio psíquico é necessário um balanceamento energético entre os investimentos no eu e nos demais objetos.

Mas, o narcisismo na sociedade de consumo não está essencialmente ligado ao outro, do mundo exterior, nesse caso há uma regressão, a libido é redirecionada ao eu. Outras características marcantes desse narcisismo são: valorização da autorealização, egocentrismo, eficiência, particularismo, hedonismo, busca por viver intensamente o presente, sedução e criatividade, fascínio pelo espetáculo e busca por novas realizações. Instala-se, ainda, um sentimento de desprezo e apatia pelo coletivo, buscando apenas a própria vantagem e só necessitando do outro como instrumento de confirmação do próprio eu.

De acordo com Costa, citado por Caniato e Nascimento (2010, p.34), os distúrbios narcísicos de nossa época resultam de uma ampliação da experiência de impotência e desamparo, bem como de um clima de desorientação e ansiedade que tendem a se generalizar em nossa sociedade. O narcisismo entra nessa realidade com o objetivo de evitar desprazer, dor, sofrimento ou privação. Por isso, quando se tem a frase de ordem - do ter e não do ser – o ego narcisista entra em ação para não haver solidão, exclusão e desprezo.

A sociedade de consumo marcada por publicidades fascinantes, prometendo um bem estar conquistado pela aquisição de produtos da moda, gera insegurança e infelicidade. Os indivíduos que entram nesse jogo acabam por prosperar particularmente dessa forma - material. É notório como o narcisismo aparece nesse cenário tentando diminuir o mal-estar imposto na atualidade.

4 DELÍRIOS DE CONSUMO E O NARCISISMO

O filme “Delírios de consumo de Becky Bloom”, aponta, de forma bem humorada, como a compulsividade vem tomando espaço na sociedade e como as pessoas cada vez mais compram com o ideal de tornarem-se as melhores, falseando uma ideia de felicidade. A textura cultural contribui de forma decisiva, pois promove características extremamente narcisistas; o predomínio da imagem de ação em vez da reflexão, para lidar com a ansiedade, um incentivo exagerado ao consumismo e o culto ao corpo.

A compra compulsiva, mostrada no filme através da protagonista, retratam um fenômeno cada vez mais comum, ou seja, as pessoas recorrem ao consumo exagerado com a intenção de exibir sua imagem narcísica. Nesta perspectiva, os indivíduos projetam ideais para suprir a carência afetiva, devido o medo do abandono e do vazio. Então, o narcisismo entra como uma proteção do ego, mas este escudo acaba por afastar o eu da relação com as outras pessoas. A obra fílmica demonstra como o narcisismo de Rebecca afasta-a das suas amigas e do seu chefe.

Neste sentido, este filme deixa de ser apenas distração, ele pode ajudar na discussão das novas configurações que busca demonstrar e, nestes termos, a interpretar a contemporaneidade. Por exemplo, a moda faz com que renovemos com

rapidez os objetos, contribuindo para um hedonismo centrado em satisfações imediatas. Há aí também o incentivo a um individualismo, sem investimento nos ideais humanos, a protagonista do filme exerce esse papel quando compra roupas que estão na moda e nem se quer as usa. É nesse sentido que os objetos de consumo são adquiridos para se obter status e diferenciação social, uma forma de se manter protegido da exclusão.

O marketing e a publicidade, trabalhando sobre esse medo e essa fraqueza, criam propagandas conclamando as pessoas às compras. Há uma produção exacerbada para que haja o consumo, e consome-se mesmo que não haja necessidade, há um desperdício. No início do filme, Becky não consegue se controlar com as liquidações e promoções, não consegue resistir aos verbos imperativos. Ou seja, ela ainda não conseguiu se desligar do narcisismo egóico. Mas, ao final do filme, a energia libidinal da protagonista já está ligada às outras pessoas. Por exemplo, ela se entende com seu pretendente e sua amiga. Esses dois últimos foram anteriormente vítimas do seu egoísmo, mas ela consegue melhorar e o narcisismo passa a funcionar de forma normal.

5 CONCLUSÃO

A sociedade de consumo, juntamente com o narcisismo, tem gerado pessoas egoístas e individualistas. O filme “Delírios de consumo de Becku Bloom” demonstra esses temas de uma forma bastante criativa e descontraída. É notório que a compulsão é valorizada pela lógica social, a qual impõe o ter em detrimento do ser, incentivando ainda mais o narcisismo patológico, a partir do qual a relação com outros não é assumida.

A publicidade tem um papel importante nesse consumo desenfreado, principalmente nas propagandas em que mostram a magia dos ídolos idealizados pelas pessoas. Essas últimas, acreditando que sua insegurança irá melhorar, adotam esses ideais para o seu ego, gerando uma sensação de desqualificação. Se a idealização não fosse o tempo todo bombardeada na mídia, provavelmente as pessoas seriam menos compulsivas.

O presente artigo pretende contribuir para a compreensão de que o narcisismo faz parte do desenvolvimento humano, mas com o passar do tempo ele

Cadernos Brasileiros de Saúde Mental, ISSN 1984-2147, Florianópolis, v.6, n.13, p.122-127, 2014.

deixa de ser direcionado ao eu e passa a ser apontado para o objeto, nesse caso, as pessoas. Por isso, quando se tem uma sociedade que privilegia o consumo, o narcisismo é deflagrado favorecendo indivíduos frágeis e sozinhos. Mas, é importante deixar claro, conforme nos lembram Caniato e Nascimento (2010,p.35), evocando Freud, nossa felicidade e mesmo nossa saúde depende diretamente da capacidade de amar.

REFERÊNCIAS

BRAGA, Moema M. da Silva. *Consumidores da Felicidade¹: um estudo sobre consumo, narcisismo e pós-modernidade*. Disponível em: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A6028.pdf. Acesso em: 21.10.2011

CAGLIANI, Bia. *Cinema e pós-humanismo*. Disponível em: <http://www.cchla.ufpb.br/caos/biacagliani1.pdf>. Acesso em: 21.10.2011

CANIATO, Angela M. Pires; NASCIMENTO, Merly L. Vargas. *A subjetividade na sociedade de consumo: do sofrimento narcísico em tempos de excesso e privação*. Disponível em: <http://www.psicologia.ufrj.br/abp/>. Acesso em: 24.10.2011

CANIATO, Angela M. Pires; KAPOIA, Alessandro. *O narcisismo na cultura - a opressão narcísica na contemporaneidade vinculada à sociedade de consumo*. Disponível em: http://www.proceedings.scielo.br/scielo.php?pid=MSC0000000082005000200017&script=sci_arttext. Acesso em: 24.10.2011

DELÍRIOS de consumo de Becky Bloom. Direção: P. J. Hogan. Elenco: Isla Fisher, Hugh Dancy, Krysten Ritter, Joan Cusack e outros, DVD color. 104 min. (2009).

MOURA, Joviane. *O Conceito de Narcisismo Na Construção Teórica da Psicanálise*. Disponível em: <http://artigos.psicologado.com/abordagens/psicanalise/o-conceito-de-narcisismo-na-construcao-teorica-da-psicanalise>. Acesso em: 21.10.2011

PORTELA, Luciano. *A Imagem Fílmica e sua Importância Histórica*. Disponível em: http://www.mnemocine.art.br/index.php?option=com_content&view=article&id=201:a-imagem-filmica-e-sua-importancia-historica&catid=42:historia-no-cinema-historia-do-cinema&Itemid=67. Acesso em: 21.10.2011