

TOLEDO PRUDENTE CENTRO UNIVERSITÁRIO
CURSO PSICOLOGIA

FLÁVIA REGINA COSSA DO PRADO

**TÍTULO DO TRABALHO: O CONSUMO EXAGERADO COMO CATARSE NO
CINEMA**

Presidente Prudente

2025

FLÁVIA REGINA COSSA DO PRADO

**TÍTULO DO TRABALHO: TÍTULO DO TRABALHO: O CONSUMO
EXAGERADO COMO CATARSE NO CINEMA**

Trabalho de Conclusão de Dissertação
apresentado ao Curso de Psicologia da
Toledo Centro Universitário de Presidente
Prudente.

Orientador: Prof. Dr. Ângelo Ferro.

Presidente Epitácio

2025

RESUMO

Resumo

Este artigo explora o fenômeno do consumo alienado na sociedade contemporânea, analisando-o sob a perspectiva da catarse e da descarga energética. Será objeto de análise a retratação nas telas cinematográficas de como essa realidade pode refletir a vida das pessoas, seus sonhos e aspirações pautados na percepção consciente ou inconsciente do consumo como alívio de tensões psíquicas e emocionais bem como a busca pela verdadeira identidade e fuga da vida real ante as dificuldades de resolução de conflitos, simultaneamente arcando cada um com as consequências do ato alienado de comprar.

Com base em filmes como "O Diabo Veste Prada" e "Os Delírios de Becky Bloom" (Confessions of a Shopaholic), é possível argumentar como a representação fílmica do consumo exagerado oferece um espaço para a compreensão e projeção das tensões e anseios da sociedade moderna.

Abordaremos ainda conceitos como aceleração do tempo social, narcisismo, consumo líquido, compulsão e subjetivação para uma maior explicação técnica deste fenômeno.

Palavras-chave: Fenômeno do consumo; Catarse; Cinema; Telas Cinematográficas; Tensões Psíquicas.

ABSTRACT/RÉSUMÉ/RESUMEN

This article explores the phenomenon of alienated consumption in contemporary society, analyzing it from the perspective of catharsis and energy release. We will examine how this reality is portrayed on screen, reflecting individuals' lives, dreams, and aspirations. This portrayal is based on the conscious or unconscious perception of consumption as a means of alleviating psychological and emotional tensions, a quest for true identity, and an escape from real life in the face of conflict resolution difficulties, all while individuals bear the consequences of their alienated acts of purchasing.

Drawing on films such as "The Devil Wears Prada" and "Confessions of a Shopaholic," it's possible to argue how the cinematic representation of excessive consumption offers a space for understanding and projecting the tensions and desires of modern society.

Furthermore, concepts such as social time acceleration, narcissism, liquid consumption, compulsion, and subjectivation will be present to provide a more technical explanation of this phenomenon.

Keywords: Consumption phenomenon; Catharsis; Cinema; Cinematic screens; Psychological tensions.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	• Ter Substituído Pelo Ser.....	13

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO

É inegável que nos dias de hoje, a cultura do consumo está presente de maneira inequívoca em nossa vida cotidiana, a ponto de nos encantar e nos fazer sentir prazer em comprar, mesmo sem a percepção por muitas vezes da implícita manipulação do ato. Desde a revolução industrial, a produção em massa aliada a propaganda fascinante tem manipulado não apenas nossos hábitos, mas também nossa personalidade, inspirando a realização de sonhos e aspirações fantasiosas aprisionadas em nosso inconsciente. A massificação do consumo, que teve seu início nos EUA e se espalhou pelo mundo a partir principalmente do barateamento de produtos feitos na China, levou-nos, paradoxalmente a uma padronização do consumo e a uma homogeneização global da cultura e do estilo de vida planetário. Poderíamos dizer que a revolução industrial foi também uma revolução no consumo.

No Brasil, a "sociedade de consumo" iniciou-se por volta da década de 50, com o impulso da industrialização ante a necessidade da substituição da importação pela produção em série e ainda da publicidade devido ao aumento dos meios de comunicação em massa, tornando as próprias pessoas responsáveis pela produção os consumidores finais do produto.

Contemporaneamente o ato de consumir que antes era para atender necessidades, transcende para um fenômeno social de natureza psicológica e cultural bem mais complexo e profundo. A sociedade hoje é marcada pelo consumo e o utiliza não apenas para ter coisas úteis, mas também está intrinsecamente atrelado ao psicológico pessoal, à forma como nos relacionamos com os outros e à maneira como se constroi a própria identidade no mundo.

É muito comum que as pessoas queiram através do consumo alienado mostrar sua identidade no grupo, destacar a que “tribo” pertence e extravasar através dele suas angústias e frustrações com o mundo real, na tentativa de preenchimento de vazios emocionais, superação de pressões sociais e minimização de sofrimento psíquico. Assim ele vai além da compreensão de sua necessidade real de sobrevivência, mas envolve uma diversidade de pontos de vistas integrando abordagens de perspectivas sociológicas, psicológicas e econômicas. Do ponto de vista social, por exemplo, vale a máxima: "Não basta ser, é preciso ter, e, se possível, mostrar que tem". A sociedade desta forma influencia no que a gente compra, pois os grupos sociais manipulam os desejos, para fazer com que nos enquadramos no padrão de consumo considerado “ideal”, pois o medo de

ficar FOMO - (Fear of Missing Out) “de fora” também contribui para o consumo alienando a todo custo. Assim não basta ser é preciso ter e mostrar que tem para não ser excluído ou se tornar invisível nesse mundo. O significado do consumo, seria, portanto, não a aquisição do produto em si, mas aquilo que ele representa em um universo simbólico (o que se é ou o que se queria ser). Do ponto de vista econômico o consumo poderia significar a forma de encontrar a satisfação desejada dentro de suas condições financeiras, contudo em seu aspecto não funcional seria a demonstração de poder aquisitivo e prestígio social podendo levar o indivíduo ao consumo desenfreado. Do ponto de vista psicológico o consumo exagerado transcende a satisfação de necessidades básicas, servindo muitas vezes de instrumento para lidar com questões emocionais ocultas ou de se transformar numa forma de distração temporária para buscar o alívio do estresse ou ainda para proporcionar emoções de gratificação imediata ou mesmo se consubstanciando numa forma de compensar os sentimentos de inadequação e da tentativa de buscar validação externa almejada.

Nesse artigo abordaremos investigar o consumo exagerado sob uma ótica específica: a do consumo como uma forma de catarse, uma descarga energética de tensões, frustrações ou desejos reprimidos. A catarse, em sua essência, representa um processo de liberação emocional. Derivada do termo grego “kátharsis” que significa “purificação” ou “limpeza” ela descreve a experiência de se livrar de emoções negativas e intensas através de uma representação artística ou de uma experiência emocional intensa. Para o filósofo grego Aristóteles, o conceito de catarse, retratado em sua obra “Arte Poética”, representava a purificação das almas. Ela ocorria através de uma grande descarga de sentimentos e emoções, provocada pela visualização de obras teatrais, tragédias e dramas. É assim que apresentaremos neste artigo o consumo como o ato de adquirir bens e se tornar um meio de aliviar angústias, preencher vazios ou expressar intensas emoções., de forma que essa “descarga energética” não se satisfaz no momento da compra, mas se estende a posse do objeto de consumo como meio de obsessão de concretizar um sonho almejado

Paralelo a isso recorreremos ao cinema que através do entretenimento arrisca apresentar e representar fantasias e excessos que, seriam inacessíveis ou perigosos na realidade, mas que nos apresentam a percepção devastadora do consumo alienante e exagerado frente aos comportamentos humanos. As telas do cinema refletem os mesmos e dão uma maior dimensão aos seus valores ora os idealizando, ora os criticando e desta

forma influenciando a percepção do público positiva ou negativamente a depender do contexto aliado a concepção individual do telespectador. Filmes que abordam o mundo da moda, da luxúria, da ostentação, e da compulsão pelas compras oferecem uma oportunidade de análise de como o consumo exagerado é encenado, quais são suas motivações internas e externas revelando ao final seu desfecho para os personagens.

O cinema pode assim, provocar com ou sem intenção no espectador uma descarga energética, de tensões e afetos, ainda que de maneira temporária em seu telespectador. O intuito é explorar como a representação do consumo alienado e exagerado, é retratado nas obras cinematográficas e de que modo essa representação se liga com a potencialidade de uma experiência catártica ou de liberação de tensões para o público-alvo.

Partiremos de uma contextualização da cultura do consumo sob diversas óticas – sociológica, psicológica e psicanalítica – para fundamentar nossa compreensão do fenômeno. Em seguida, analisaremos criticamente filmes como "O Diabo Veste Prada" (The Devil Wears Prada, 2006) e "Os Delírios de Becky Bloom" (Confessions of a Shopaholic, 2009), entre outros do gênero, para identificar como o consumo exacerbado é retratado como um mecanismo de catarse e descarga energética, e quais as consequências dessas representações para o entendimento do comportamento humano na sociedade de consumo. 1

O objetivo é traçar um panorama de como o consumismo, a psique humana e os filmes se misturam mostrando o que realmente existe por trás do ato de comprar demais sem moderação ou parâmetro, desvendando ainda o real significado dessa compulsão no fundo de nossas mentes.

Derradeiramente discutiremos as repercussões dessa relação como uma "válvula de escape" uma descarga energética de liberação para os desejos e excessos da sociedade consumista.

2. A CULTURA DO CONSUMO

Para entender o consumo alienado é imprescindível a ideia de que ele se revela num complexo fenômeno inerente à subjetividade da pessoa de tal maneira que se torna necessário analisar as distintas raízes sociais, psicológicas e culturais na qual ele se desenvolveu.

2.1 Noção de Perda de Tempo

A nossa sociedade nos leva a um ritmo de vida muito rápido, onde tudo gira em torno da produtividade e do desempenho onde se tem a ideia de que não se pode perder tempo, o que acaba se tornando na verdade outro problema, a sensação de que a culpa da ineficiência é nossa quando, na verdade, a sociedade toda está adoecendo.

A psicanalista Kehl (2009) aponta uma contradição aqui: enquanto nos vendem a ideia de liberdade, autonomia e felicidade, o que vemos é um aumento preocupante de doenças emocionais, como a depressão. Essas doenças não são problemas isolados de cada pessoa; elas são, na verdade, sintomas de uma sociedade doente. É como se o adoecimento individual fosse um reflexo de patologias sociais, ou seja, de problemas que afetam a nossa forma de viver em comunidade.

A compulsão por consumir como meio de não ficar para trás no afã de acompanhar, a velocidade da sociedade líquida, de modo a tentar dominar o tempo que parece escapar pelas mãos, nos conduz a um ciclo vicioso capaz de deixar profundas cicatrizes em nossa personalidade resultando em menos tempo real para o que realmente teria importância, a busca por uma vida mais desacelerada. Pense por exemplo, nas compras “*on line*” ou nos serviços “*delivery*” de alimentação, a lógica seria pagar para economizar tempo, no entanto, isso pode ser na verdade uma armadilha paradoxal, embora nos livremos de tais afazeres diários acabamos com menos tempo de qualidade muitas vezes porque acabamos preenchendo esse espaço liberado com mais tarefas de menos qualidade de bem-estar, como por exemplo, invés de usar esse tempo com um “*hobbie*” o usamos assumindo mais compromissos de trabalho ou do tipo . Da mesma forma, muitas atividades que terceirizamos, poderiam servir de momentos de prazer ou conexão consigo mesmo, pois a pressa às vezes impede o desfrute de momentos que talvez seriam prazerosos ou ao menos desviasse por um tempo nossa preocupação com outras demandas.

Outra questão seria o desgaste de decidir, sempre o que comprar, por que comprar, quando comprar uma vez que a sensação é sempre de que estamos precisando de algo.

Na verdade, o foco num consumo mais consciente, com a adoção de planejamento significativo do tempo, visando uma maior qualidade através de uma resistência à essa lógica da aceleração valorizando os bons momentos apesar de entre aspas demandarem maior tempo, seria o ideal para subjetivamente exterminarmos a sensação de tempo perdido.

2.2 A Necessidade de “Estar em Dia”

Ficar para trás é um temor para muitas pessoas onde a ansiedade de acompanhar a inovação não pára gerando angústia constante num mundo onde a obsolescência é uma estratégia. Sim há uma pressão enorme para nós acompanharmos as tendências, pode ser desde uma roupa da moda, o último lançamento de smartphone até o carro com a tecnologia mais avançada, seja o que for a busca por se manter em dia vira uma obsessão seja para fazer parte de um grupo ou para e exibir um certo status social é na verdade como se fosse imprescindível para sua vida

Essa pressão é mantida na verdade por alguns fatores, entre eles a propaganda pelas mídias sociais onde a plataforma digital tem um campo fértil, uma vitrine cheia de novidades atualizadas 24 (vinte e quatro) horas pela exposição constante de vidas perfeitas, muito “*glamour*”, o que gera comparação, necessidade e vontade de manter-se inserido nesse mundo ilusório, ou ainda, pelo marketing e publicidade, onde as campanhas vendem na verdade sonhos e não somente produtos.

A liberdade na modernidade líquida é uma forma de ludibriar sorrateiramente a vítima os indivíduos são encarregados de autoconstruir suas vidas sem apelo, sendo culpados por seus fracassos sem garantias sociais.

2.3 O Alívio do Estresse

Comprar é recompensar-se como se fosse um agente reforçador para aliviar o “*stress*”, Opera como uma “válvula de escape” de modo que promove um rápido prazer., diria que uma ilusão momentânea.

O que nos assusta é que o contrário pode ocorrer logo em seguida ao alívio do ato mesmo que não percebamos, ao comprar os produtos e serviços acabamos tendo que trabalhar mais para pagá-los, muitas vezes se estressando para usá-los antes que fiquem ultrapassados e gastando tempo no processo de consumo. Sem dizer a respeito da ressaca moral pós-compra, seja constatando que não precisava do produto, seja se desesperando com o preço que pagou pelo produto, seja se angustiando com o ato descabido de repetição da ação desnecessária.

2.4 Das Consequências Indesejadas

A ânsia por compras seja com intuito de recompensar, acalmar o estresse ou simplesmente para não ficar desatualizado tem uma consequência catastrófica o endividamento do sujeito, pois, quando nos deixamos levar por algumas dessas situações perdemos o autocontrole e aí é fácil gastar mais do que se tem.

O acúmulo de dívidas comprometendo a autonomia financeira do indivíduo transforma a satisfação e a sensação de empoderamento em uma realidade ilusória de possuir tudo e o que era para ser um prazer se transforma em um caos financeiro comprometendo inclusive a sanidade mental da pessoa.

Ainda se tem como consequência que o consumo alienado voltado para o simples ato de comprar por comprar, não preenche o vazio da alma, o buraco negro infinito e profundo o que leva o indivíduo a permanecer insatisfeito e tende a repetir e repetir o ato alienado de comprar uma duas dez um milhões de vezes compulsivamente, já que permanece insaciável de modo a inconscientemente querer voltar a fonte de prazer imediato “a compra”.

A busca por identidade se torna um ato de consumo, onde o "ser" é definido pelo "ter" e isso gera uma alienação, onde a própria vida se torna um modelo para o mercado.

A identidade muda o tempo todo na modernidade líquida, exigindo adaptação constante ao meio, pois apego a uma só forma de identidade torna o sujeito insatisfeito e traz como consequência a infelicidade. A promessa de satisfação é o objeto a sendo sedutora apenas enquanto o desejo permanece insatisfeito o que leva a compulsão de comprar continuamente O consumo se baseia no desperdício para atender a esses “novos” desejos insatisfeitos (vícios).

Figura 1 – O ter substituído pelo ser.



O “ter” substituindo o vazio do “ser”. Muitas pessoas sofrem de um desejo compulsivo de comprar constantemente, o que pode se tornar um problema tão grave quanto a dependência das drogas ou do álcool.

Fonte: Fundamentos da Filosofia Gilberto Cotrim . Editora Saraiva (2009)

3. O NARCISISMO E O CONSUMO COMO ESPETÁCULO

Numa sociedade de consumista que idealiza a posse e ícones de identidade, torna-se fácil criar um ambiente onde o narcisismo é incentivado. O narcisista aqui considerado aquele que investe toda sua energia libidinal no eu, encontra no consumo alienado a possibilidade de projetar uma imagem para si e para os outros.

O sujeito narcisista busca no consumo uma validação externa de forma a ser visto, desejado, admirado e invejado.

Nessa esfera a publicidade tem correlata participação pois promete a aceitação social do indivíduo atrelada a idealização do sujeito que tem beleza, poder, sucesso, tudo isso podendo ser “adquirido” pela sua capacidade de consumo.

Desta forma ele compra para sustentar a autoimagem, a idealização do próprio eu, a reafirmação do status de poder, e preencher o vazio que o ato da compra em si não é incapaz de poder validar. E essa validação é marcada por mecanismos sociais e psicológicos que se retroalimentam, e alimentam o ciclo incessante da busca pela sua satisfação pessoal.

As plataformas digitais e redes sociais são ferramentas de auxílio proporcionando um palco para a exibição constante da imagem pessoal, transformando o indivíduo num astro de cinema onde o mesmo se mede pela quantidade de *likes* e comentários tornando-se estes um instrumento auxiliar do ego narcísico deste indivíduo.

Assim tal processo aumenta a vulnerabilidade deste indivíduo que está mais sujeito a manipulação do mercado e que assim o leva a consumir impulsivamente para manter a imagem construída.

4. CONSUMO E COMPULSÕES

O consumo desempenha um papel fundamental na constituição psíquica do sujeito, por trás da compra compulsiva podem existir na verdade traumas passados que não foram superados e que estão a flor da pele para serem descarregados, angústias, frustrações e tristezas em forma de uma pressão interna que se torna uma bomba-relógio aguardando a oportunidade de virem à tona.

Nesse contexto, na tentativa de aliviar tais dores expulsando-as do nosso interior mais profundo a compra alienada seria como um analgésico de efeito rápido por um momento ela consigo essas mazelas trazendo uma falsa sensação de livramento, não obstante elas continuam ainda ali prontas para explodir num segundo momento de angústia novamente.

A pessoa não compra porque deseja aquele item, dessa forma assim que euforias da compra passa a pressão inicial retorna e a pessoas repete novamente o ato compulsivo da compra na esperança dessa vez de encontrar a satisfação plena que na realidade não acontecerá.

Desta maneira a pessoa vive nesse ciclo e quantas vezes se sentir angustiada comprará mais e mais e nunca se sente plenamente satisfeita, porque na verdade ela não resolve a causa do sofrimento.

A descarga energética proporcionada pela compra é efêmera, e ao contrário do esperado no final do processo sobrar o sentimento de arrependimento e culpa, arrependimento o que inevitavelmente servirá de fio condutor a uma nova compulsão, perpetuando o sofrimento.

5. CONSUMO E DESEJOS

Veremos como a cultura do consumo é capaz de criar desejos como se fossem nossos, Zygmunt Bauman, autor de a "sociedade líquida" nos mostra como tudo é fluido, rápido e incerto nos tempos modernos. Na sociedade líquida, nada é feito para durar, nem mesmo os relacionamentos ou as tendências, a cultura do consumo é muito esperta ela manipula facilmente nossos desejos fazendo com que tenhamos a “necessidade” de comprar coisas que muitas vezes nem sabíamos que precisávamos. Isso porque na verdade nos são impostos aquisições que não são uma necessidade; é uma exigência social e pessoal. Veja por exemplo o celular que antigamente era uma necessidade para a comunicação e hoje se tornou se tornou uma extensão da nossa personalidade, marca, modelo, cor, capa, tudo isso é pensado para projetar o ideal de quem queríamos ser, ou mesmo uma maneira de marcador de status social.

Dessa maneira o desejo de ter o mais recente não é na verdade por sua funcionalidade mas pelo puro prestígio de tê-lo como troféu de conquista de poder.

Na sociedade líquida, os desejos são como água, assim que um desejo é realizado ele rapidamente evapora a cultura de consumo dita que não há tempo para desfrutar do velho porque já foi lançado o novo propositalmente no intuito de te fazer ansiar pela nova aquisição.

O desejo é estimulado e reforçado a todo o momento seja pela publicidade, pela mídia digital e até mesmo pela exposição a estilo de vidas utópicas que são idealizados como padrão de estilo social, assim o que antes era uma necessidade hoje se transformou em desejo e aprisionamento social.

Vanessa Leite Teixeira e Luís Flávio Silva Couto (2015), em "A Cultura do Consumo: Uma Leitura Psicanalítica Lacaniana", oferecem uma análise sofisticada e profunda da cultura do consumo a partir da teoria de Jacques Lacan. A perspectiva lacaniana permite compreender o consumo não apenas como um

fenômeno econômico ou social, mas como uma manifestação do desejo inconsciente e da própria estrutura do sujeito.

Para Lacan, o desejo é sempre um desejo de falta, uma busca incessante por algo que foi perdido primordialmente (a completude mítica) ou que nunca foi totalmente alcançado. O objeto de consumo, nesse sentido, atua como um "objeto a" (objeto causa do desejo), um objeto que promete preencher essa falta, mas que, em última instância, é inatingível e sempre se desloca. O consumo, portanto, torna-se uma tentativa repetitiva, compulsiva e, em última análise, frustrada de alcançar uma satisfação plena que está sempre além do objeto adquirido.

A descarga energética, nesse contexto, é um alívio momentâneo da tensão gerada pela falta e pela promessa não cumprida do objeto, mas não uma resolução definitiva. O sujeito continua a desejar, e o consumo continua a ser o palco onde esse desejo se manifesta, se frustra e se renova em uma espiral sem fim.

6. A CATARSE DO CONSUMO NAS TELAS DE CINEMA

O cinema, como forma de entretenimento, vira um verdadeiro parque de diversões quando o assunto como o consumo exagerado e alienado faz questão de refletir uma dessas experiências da humanidade em forma de arte nas telas do cinema.

No que tange ao tema abordado os filmes oferecem uma vasta gama por vezes exageradas, distorcidas, mas por vezes realísticas e magnificadas dessa experiência subjetiva do comportamento humano, das consequências sociais e psicológicas desse fenômeno.

A telinha poderosa se torna um palco privilegiado onde a catarse do consumo pode ser assistida de maneira impactante e emocionante proporcionando ao telespectador a êxtase do prazer e do contentamento.

Sabe aquela cena em que a personagem está arrasada arrastando os pés, cabeça baixa..... E de repente ela encontra a solução de suas angústias ao olhar para frente e se deparar com a vitrine. Mas não qualquer vitrine. Essa é *A* vitrine. Ela está ali, toda iluminada, um sonho exposto na sua frente. Cada *look* parece te chamar, um convite inesperado a chance ideal para sair daquele poço de tristeza infinita. Sim aquela seda flutuante que promete te levar ao caminho da mais plena liberdade...

Pronto! A angústia sumiu, a tristeza foi embora a frustração foi substituída em fração de segundos pelo encantamento do seu sonho exposto a sua frente te chamando para sonhar, uma tentação irresistível frente ao seu dia que amanheceu cinza como um nevoeiro.

Ninguém mostra melhor do que o cinema o que acontece quando o freio não funciona, casas abarrotadas, relacionamentos desfeitos, dividas gigantes, enfim desastres surreais que se tornam visualmente impressionantes quando refletidos nas telas do cinema.

De forma que as vezes aquele filme na verdade pode ser um entretenimento mas também ser um sincero lembrete de que, às vezes, o desejo de comprar não é um mero desejo despretenioso, mas uma advertência real que por trás das portas do seu inconsciente se esconde o verdadeiro motivo de tantos despautérios.

6.1 Catarse uma Conexão Dramática

Para o filósofo grego Aristóteles, o conceito de catarse representava a purificação das almas, ela ocorria através de uma grande descarga de sentimentos e emoções, provocada pela visualização de obras teatrais, tragédias e dramas. Assim transferindo essa ideia para o consumo alienado sob tal ótica enxergá-lo como uma tentativa de purgar ou liberar tensões internas acumuladas.

Seria um meio de encontrar um momento de alívio onde o ato compulsivo de comprar ainda que momentânea trouxesse a sensação de domínio, de êxtase ou de satisfação plena

Essa "descarga energética" é seguida de muita adrenalina que acompanha a decisão de aquisição de algo desejado, contribuindo para uma experiência única e subjetiva que se assemelha a uma cura emocional.

No contexto cinematográfico, ao retratar personagens engajados na busca e posterior descarga temos a oportunidade de nos identificarmos com essas emoções experimentando através do entretenimento essa catarse do consumo seja ela positiva, negativa ou mista. A representação dessas histórias na tela permite ao próprio espectador ter a chance de projetar suas próprias tensões e seus próprios desejos nos personagens.

7. NOSSA MELHOR VERSÃO

"O Diabo Veste Prada" (The Devil Wears Prada, 2006), dirigido por David Frankel, é um filme que, ilustra o consumo do luxo, não obstante não ser o seu foco a compulsão pelas compras. Ele exemplificou ao telespectador como o estilo de vida ditado pela moda pode se perfazer num caminho mais exíguo para a ascensão profissional nesse aspecto, servindo de catarse para a autoafirmação no meio social. Andrea Sachs (Anne Hathaway), uma recém-formada jornalista com sérias ideias profissionais, mas dona de um guarda-roupas humilde, se encontra de repente imersa num mundo de imagens e aparência onde este é o principal marcador social. De início a mesma despreza esse universo fútil em sua concepção aos poucos se rende a ele, para se adequar às expectativas de sua chefe, Miranda Priestly (Meryl Streep), e de ser aceita socialmente nesse grupo da alta-costura. Sua transformação visual, atribuída a roupas, calçados, bolsas e acessórios de grifes se torna imprescindível para ela sentir-se não somente competente, mas também poderosa e autoconfiante, pois, a cada nova peça de roupa aprovada por seus colegas, Andréa parece ganhar mais confiança e se sente mais propícia a se integrar de corpo e alma ao mundo da *Runway* (a revista de moda fictícia). O consumo, aqui, é uma ferramenta de transformação de identidade pessoal.

A catarse, neste contexto, não é a liberação de uma compulsão descontrolada, mas a descarga da insegurança liberada num ambiente onde a exigência e alta pressão no trabalho são predominantes. A aquisição de produtos de luxo na verdade funciona como uma armadura para protegê-la e torna-la confiante frente as críticas deixa-la apta e a altura dos desafios daquele ambiente hostil.

A catarse no entanto é ambivalente, pois, o filme também expõe o custo dessa transformação, a gradativa perda de sua identidade original, o distanciamento de amigos queridos e namorado, bem como a superficialidade desse tipo de relações que oferecem um alívio temporário em troca de uma ascensão profissional que demanda um sacrifício pessoal e uma crise de identidade e de valores de proporções significativas na vida da personagem.

Os **"Delírios de Becky Bloom"** (Confessions of a Shopaholic, 2009), dirigido por P.J. Hogan, ao contrário aqui se demonstra nas telas o consumo exagerado e a compulsão por compras, um exemplo paradigmático dessa dinâmica, onde a protagonista contrai um emaranhado de dívidas e conta uma sucessão de mentiras na tentativa de

manter uma fachada de sucesso e glamour atrás da segurança e na busca de ser aceita socialmente.

Rebecca Bloomwood (Isla Fisher) é uma jornalista que sonha em ser aceita e trabalhar em uma revista de moda de prestígio, mas tem um vício incontrollável por compras de tal maneira que a sua vida é cheia de dívidas intermináveis, mentiras e mentiras e a iminente busca pela próxima “promoção” ou oportunidade de encontrar aquele objeto de consumo desejado apto a proporcionar-lhe a felicidade almejada.

O consumo para Becky é uma explícita forma de catarse e descarga energética onde lidar com o estresse do cotidiano aliado as frustrações com relação às suas aspirações profissionais é descontada na compra alienada, onde cada aquisição traz de início uma euforia momentânea e um alívio imediato. A coreografia dela dançando com as sacolas, é uma representação eloquente do alívio quase catártico que a compra alienada lhe proporciona sem falar nas vozes sedutoras sussurradas pelos manequins que lhe insinuam a possibilidade de uma vida perfeita, glamorosa e sem problemas.

No entanto, a catarse de Becky é, destrutiva, pois, a .descarga energética é seguida pelas consequências terríveis de gastar demais, o que leva a um aumento em potencial (efeito rebote) da ansiedade, da culpa e do desespero à medida que a mesma vê as dívidas tornarem-se incontrolláveis. O consumo se torna um vício que a afasta da realidade e das pessoas que ela realmente ama.

O filme, de forma cômica e simultaneamente crítica como o alívio se transforma em destruição sua perda total do controle sobre si mesma, a análise de Oliveira e Aragão (2014) sobre o narcisismo é também relevante aqui, pois Becky busca no consumo uma validação do seu eu uma imagem idealizada de si mesma que não corresponde à sua verdadeira realidade, tanto financeira como também e emocional.

“Clueless” (*As Patricinhas de Beverly Hills*, 1995). Trata-se de uma comédia adolescente que ilustra a demonstração de um estilo de vida de consumo excessivo como norma para as protagonistas, Cher e Dionne, a identidade, o status social e a interação entre os personagens se dão em meio ao mundo do *glamour*, da moda e das compras. E nesse mundo as compras torna-se na verdade um meio de expressar o poder, a vaidade e a influência dentro desse círculo. A "catarse" aqui se manifesta na satisfação das “patricinhas” de se sentirem seres superiores ou exclusivos, sentindo o encontro da

satisfação plena por pertencerem a um grupo de elite tendo assim a sensação de total controle sob esse meio

"Sex and the City" (Série e Filmes): Carrie Bradshaw e suas amigas são ícones do consumo de luxo em Nova York. Roupas de alta costura, sapatos de luxo grife são os refúgios para lidar com desilusões amorosas ou crises existenciais. Para elas o consumo é quase uma terapia, uma forma de catarse que a ajuda a processar os sentimentos complexos as frustrações e as desilusões, e ao mesmo tempo a série adverti sutilmente a respeito das consequências financeiras e da superficialidade que pode acarretar esse estilo de vida.

"Marie Antoinette" (2006): O filme de Sofia Coppola retrata a corte francesa pré-revolucionária, onde os excessos de consumo e a moda extravagante e os excessos são na verdade uma fuga da dura realidade política e social. A rainha Marie Antoinette (Kirsten Dunst) se entrega a um consumismo exagerado de vestuários e de doces com o intuito de preencher o vazio de sua existência na corte e de se auto afirmar num ambiente isolado e adverso. A descarga energética é a euforia que a distrai por algum tempo, mas que contribui para sua alienação e o descontentamento popular.

Os exemplos apresentados demonstram a versatilidade do cinema em abordar as causas e as várias consequências do consumo alienado, seja como uma busca interna pelo poder, como um vício ou uma compulsão de natureza destrutiva e repetitiva, um refúgio de natureza psicológica, ou até mesmo uma crítica social.

Em cada uma dessas abordagens narrativas, a descarga energética, ainda que passageira, acarreta desdobramentos variados, e se apresenta como um elemento reforçador da motivação dos personagens para eles continuarem perpetrando desvairadamente o ato de consumir em excesso alienadamente revelando assim as complexas relações que permeiam a psique humana e a concepção da cultura material do consumo.

8. O ESPELHO DA PSIQUE HUMANA

A representação do consumo exagerado nas telas de cinema vai além do entendimento do simples ato de comprar, ele investiga as motivações psicológicas

bem como as consequências emocionais e sociais oriundas do consumo alienado e excessivo.

A ideia de "descarga energética" é um conceito chave para entender por que os personagens, e na verdade subentende-se as pessoas na vida real também aí incluídas se entregam a esse excesso que acaba se tornando um fio condutor para dar vazão as tensões acumuladas sejam elas conscientes ou inconscientes, as angústias e as frustrações da vidas por si mesma.

Filmes como "O Diabo Veste Prada" e "Os Delírios de Becky Bloom" ilustram o consumo como meio de dar vazão às frustrações e ansiedades. Enquanto Andrea encontra o empoderamento na moda, Becky usa as compras para fugir da solidão, dar uma pausa nas dívidas antigas, e a busca por aceitação, vivendo um êxtase passageiro seguido de uma sensação aparente de controle. Contudo, essa descarga é ilusória e de curta duração após o que passada a fase de euforia das compras, vem a ressaca da culpa quase que ao mesmo tempo da necessidade de repetição do ato de se consumir novamente e assim para replicar a sensação inicial, (a compulsão do vício), pois como visto a satisfação do objeto nunca é plena, e impulsiona o indivíduo a repetir o ato de forma a o pressioná-lo nesse ciclo incessante sem possibilidade de lograr êxito nessa jornada.

As implicações psicológicas de tal monta adoecedoras: endividamento, superficialidade das relações interpessoais, perda da identidade e a alienação Becky, por exemplo, não só acumula dívidas, mas mente compulsivamente. Andrea se afasta dos valores originais em busca do sucesso o que lhe gera uma crise existencial, ao invés de resolver os conflitos. Essas produções cinematográficas assim advertem que o consumo alienado ao invés de libertar pode aprisionar.

O cinema também critica a idealização do consumo, que glorifica o luxo e a vida perfeita onde a plenitude estaria intrinsecamente ligada à posse de bens materiais criando expectativas irreais e incentivando o consumo exagerado como uma forma de alcançar uma vida "perfeita" que, na realidade, só existe nas telas do cinema .

Em suma o cinema, ao dramatizar o consumo alienado como forma de catarse, oferece ao mesmo tempo uma forma reflexiva para se entender a complexa

relação entre o desejo humano, as pressões sociais, a própria busca para a construção da subjetividade humana em uma sociedade cada vez mais consumista

As telas nos revelam a dicotomia do consumismo que ao mesmo tempo que pode trazer um certo alívio das tensões momentaneamente, não resolve as angústias na realidade e assim, pode se perpetuar eternamente através de repetições de experiências dolorosas e tornar-se eterno à custa de um sofrimento profundo da vítima.

9. CONCLUSÃO

O consumo exagerado, como fenômeno psicológico, sociológico e cultural está intrínseco à sociedade contemporânea, revelando-se nas telas de cinema não simplesmente como um comportamento isolado, mas como um mecanismo intrínseco de catarse e descarga energética. Através da análise de filmes emblemáticos como "O Diabo Veste Prada" e "Os Delírios de Becky Bloom", este estudo buscou revelar as complexas motivações que incentivaram o indivíduo ao consumo excessivo e como o cinema, enquanto espelho cultural, é capaz de refletir essa realidade. Ao mesmo tempo que atua também como um crítico social ao projetar os dilemas da sociedade moderna mostrando as consequências negativas e a superficialidade de uma vida pautada pela posse material.

Destacamos a seleção de alguns filmes cinematográficos e a influência das redes sociais no consumo alienado bem como a representação midiática, pela análise de como diferentes culturas dramatizam esse consumo em suas produções.

Desta forma, pudemos fazer uma breve reflexão introspectiva sobre nossas próprias relações com os bens materiais e com a busca do verdadeiro significado de felicidade e autenticidade num mundo cada vez mais líquido e instável pautado no imperativo do consumismo

A descarga energética nas telas de cinema, embora ficcional, ecoa com as experiências reais e pode assim talvez servir de transformação para nossos próprios "delírios de consumo".

REFERÊNCIAS

ADERADO, Carlos Victor Leal; AQUINO, Cassio Adriano Braz de; SEVERIANO, Maria de Fátima Vieira. Aceleração, tempo social e cultura do consumo: notas sobre as (im)possibilidades no campo das experiências humanas. **Revista de Psicologia da UFC**, Fortaleza, v. 8, n. 1, p. 1-15, jan./jun. 2017.

BAUMAN, Z. Modernidade líquida. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BITTENCOURT, Renato Nunes. Vida Vazia e Consumo Líquido. **Revista de Filosofia e Sociologia**, v. 1, n. 2, p. 45-60, 2015.

OLIVEIRA, Patrícia Jesus de; ARAGÃO, Livia. O Narcisismo e sua Representação na Sociedade de Consumo: Uma Análise do Filme “Delírios de Consumo de Becky Bloom”. **Revista de Psicologia Social e do Desenvolvimento**, v. 1, n. 1, p. 1-15, 2014.

QUINTELLA, Rogerio Robbe; AMARAL, Rebeca Espinosa Cruz; SOUZA, Tainá Batista de; HENRIQUE, Fernanda Monteiro Ribeiro. A função do consumo na constituição do sujeito e sua relação com as compulsões: de Freud à atualidade. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 20, n. 4, p. 605-615, out./dez. 2015.

SILVA, Naiara Pereira da; VAZ, Anna Isabel Araújo. Desejo, consumismo e Subjetivação. **Revista de Psicologia e Sociedade**, v. 15, n. 2, p. 123-138, 2010.