

Ensaio

Projeto Caos: consumo e niilismo em *Clube da Luta* (1999)¹

Proyecto Caos: consumo y niilismo en *Club de la Lucha* (1999)

Chaos Project: Consumerism and Nihilism in *Fight Club* (1999)

Lucas Ribeiro de Carvalho²
Gustavo Souza Santos³

Palavras-chave:

Sociedade de Consumo

Niilismo

Clube da Luta

Resumo:

A sociedade contemporânea se destaca por sua natureza consumista, que de acordo com Lipovetsky (2005), criou um modo de vida centrado nos valores materialistas. Nietzsche, grande crítico da sociedade moderna, em seus estudos afirmava a morte de Deus, evidenciando sua menor influência na sociedade. O vazio na sociedade contemporânea que passa a ser preenchido por valores de consumo, norteando a vida do homem para a apreciação laica do sistema capitalista. O objetivo deste trabalho é 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.

1 Texto recebido em 02/07/2019 e aceito para publicação em 23/10/2019.

2 Lucas Ribeiro de Carvalho. Graduando em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário UNA, Minas Gerais, Brasil.

3 Gustavo Souza Santos. Doutorando em Desenvolvimento Social e mestre em Geografia pela Universidade Estadual de Montes Claros (Unimontes). Docente do Centro Universitário FIPMoc - UNIFIPMoc, Ibituruna, Minas Gerais, Brasil. Contato: gustavo.ccpv@gmail.com - <https://orcid.org/0000-0002-9712-2690>

Resumen:

La sociedad contemporánea se destaca por su naturaleza consumista, que de acuerdo con Lipovetsky (2005), creó un modo de vida centrado en los valores materialistas. Nietzsche, gran crítico de la sociedad moderna, en sus estudios afirmaba la muerte de Dios, evidenciando su menor influencia en la sociedad. El vacío en la sociedad contemporánea que pasa a ser llenado por valores de consumo, orientando la vida del hombre hacia la apreciación laica del sistema capitalista. El objetivo de este trabajo es analizar la relación entre la sociedad de consumo y la concepción nihilista presente en la película Club de la Lucha (1999) de David Fincher, describiendo aspectos de la teoría nihilista de Friedrich Nietzsche que abordan los valores, la moral y la liberación del hombre moderno e identificando el discurso crítico de la película sobre las relaciones de consumo en confrontación con la máxima libertaria del pensamiento nihilista.

Palabras clave:

Sociedad de Consumo

Nihilismo

Clube de la Lucha

Keywords:

Consumer society

Nihilism

Fight Club

Abstract:

Contemporary society stands out for its consumerist nature, which according to Lipovetsky (2005) created a way of life centered on materialistic values. Nietzsche was a great critic of modern society, who in his studies affirmed the death of God, which left a void in contemporary society, which happens to be filled by values of consumption, which guides the life of man for the laicized appreciation of the system capitalist. The aim of this work is to analyze the relationship between the consumer society and the nihilistic conception present in David Fincher's film Fight Club (1999), describing aspects of Friedrich Nietzsche's nihilistic theory that deal with values, morality and liberation of man modern and identifying the film's critical discourse on consumer relations in confrontation with the libertarian maxim of nihilistic thinking.

Projeto Caos: Gestão e Dinâmica Identitária

Introdução

A sociedade de consumo é característica da modernidade. A partir do século XX, o consumo passou a ser o motor do desenvolvimento econômico e mediador das “novas relações e processos que se estabelecem no plano cultural das sociedades modernas” (RETONDAR, 2008, p. 138), moldando a vida dos indivíduos nela inseridos. De acordo com Lipovetsky (2005), criou-se 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 à sua função, entre consumir para viver ou viver para consumir.

No progresso da sociedade ocidental, a modernidade inaugura a concepção de consumo após à revolução tecno-industrial, onde a identidade dos indivíduos também se modifica, segundo Hall (2006) tornando-se deslocadas e fragmentadas. Araldi (1998) cita Nietzsche e sua pesquisa da genealogia da moral, em que se buscava entender essas alterações da ordem da sociedade em que vivia, e constatou a morte de Deus, o que separou o mundo físico do metafísico e causou a insustentabilidade das ideias que regiam o mundo sensível.

Esse vazio deixado pela ausência de Deus fez da modernidade para Nietzsche o esforço de substituir o deus transcendente por outros valores (ARALDI, 1998). Com essa concepção, o filósofo aborda o niilismo e concebe as teorias de superar essa contemplação do vazio. Segundo Deleuze (2001), na sociedade contemporânea, esse vazio é preenchido por

outros valores, como por exemplo, o consumo, norteador da vida do homem para a apreciação secular do sistema capitalista.

Analisar e buscar compreender a sociedade pós-moderna é fazer um auto-exame sobre o consumo, das relações com a indústria cultural e identidade dos indivíduos dessa sociedade. Vale também ressaltar a importância da compreensão sobre o conceito niilista e suas implicações na sociedade e seu impacto na sociedade.

É com essa concepção sobre a sociedade de consumo e as ideias da filosofia niilista de Nietzsche que será abordado o filme *Clube da Luta* (1999), baseado na obra homônima de Chuck Palahniuk. Acompanhamos a trajetória do personagem interpretado por Edward Norton em sua superação do niilismo moderno para a aceitação da vida no plano real.

O protagonista inicia sua história como um sujeito autodeclarado consumista, que procurava preencher seu sentimento de vazio existencial com a compra de móveis e roupas de grife. As tentativas de superar suas crises de insônia somente se tornam eficazes após conhecer Tyler Durden (Brad Pitt) e formar o *Clube da Luta*, onde homens lutam entre si a fim de expurgar as frustrações do homem moderno comum.

Todavia, o filme gira em torno do processo de libertação do consumo desenfreado, no qual o homem acredita “assim preencher satisfatoriamente o seu vazio existencial, fonte de depressões e da sensação de niilismo prático” (BITTENCOURT, 2011, p. 106) e alcançar enfim o que Nietzsche define como niilismo de êxtase, onde a destruição dos valores vigentes causará a afirmação do homem em seu potencial para novos valores (ARALDI, 1998, p. 88).

O objetivo deste trabalho é expor as relações entre o comportamento de consumo da sociedade e a doutrina filosófica

do niilismo. O filme *Clube da Luta* é usado como objeto de estudo para análise da relação consumo/niilismo. Para estudo da sociedade de consumo, foi usado obras que abordam consumismo e pós-modernidade. O niilismo foi estudado a partir dos textos de Nietzsche e estudiosos de suas obras.

O Niilismo: conceito e fases

A transição para a cientificidade e a concretização do antropocentrismo no pensamento do período moderno europeu está entre as bases para os questionamentos de Nietzsche (1844-1900) sobre os valores da sociedade e a sua investigação acerca do niilismo. As obras do filósofo alemão possuem destaque para a abordagem desse conceito que procurou identificar desde suas origens ao diagnóstico da sociedade em que vivia e “buscava captar o espírito de incerteza, dúvida e hesitação que acrescia no exercício filosófico e na ação do homem moderno” (ARALDI, 1998, p.76).

O termo niilismo é conceituado como uma negação, não só dos valores, mas da própria vida ao que se refere ao norteamento da vida das pessoas por um valor que não se concretiza em nossa realidade (ARALDI, 1998).

Nietzsche trata como niilista aquele que direciona a vida para algo imaterial, inalcançável fisicamente, o que incorpora em suas críticas à metafísica cristã e seus valores morais. Definido como platonismo para o povo, o autor trata o cristianismo como um impositor da moral de renúncia e submissão e de desvalorizar a vida em nome de um ideal transcendente (PECORARO, 2007).

Baseando a sistematização de Deleuze (2001), abordaremos o niilismo em quatro formas. A primeira forma, o niilismo negativo, refere-se às críticas da metafísica cristã e ao platonismo em que o homem vislumbra os valores ainda não al-

cançados em vida. O centro da existência ficava fora da vida.

A segunda etapa sobre o niilismo de Nietzsche refere-se ao período moderno, onde renega-se os valores da eternidade quando o autor anuncia a morte de Deus (NIETZSCHE, 2006, p. 129):

O louco saltou no meio deles e trespassou-os com o olhar. “Para onde foi Deus?” - exclamou - “É o que vou dizer! Nós o matamos – vocês e eu! Nós todos, nós somos seus assassinos! Mas como fizemos isso? Como conseguimos esvaziar o mar? Quem nos deu uma esponja para apagar o horizonte? Que fizemos quando desatamos esta terra da corrente que a ligava seu sol? Para onde vai agora? Para onde vamos nós? Longe de todos os sóis? Não estamos incessantemente caindo? Para diante, para trás, para o lado, para todas as direções? Haverá ainda acima e um abaixo? Não estaremos errando como num nada infinito? O vazio não nos persegue com seu hálito? Não faz mais frio? Não vêem chegar a noite, sempre mais a noite?”

O niilismo reativo segundo o filósofo, na modernidade o “supra-sensível em geral, que dava à existência do homem um sentido e uma razão, caiu em descrédito, por perder a sua eficácia e a sua função de ancoragem” (OLIVEIRA, 2009, p. 63).

A partir disso, o homem então começa a ocupar a trono vazio de Deus por ideologias e valores do mundo físico em sua busca de sentido. Não há deus, a ciência é insuficiente. Contudo, mesmo com pensamentos céticos, criamos novos ídolos para continuar adorando (DELEUZE, 2001).

A terceira fase, segundo Oliveira (2009), é a de decadência, onde o homem em nada crê e nada cria. No chamado ni-

lismo passivo, a Vontade da Potência se esgota, torna-se conformista com a situação de falta do norte de seus sentidos. Esse estágio é marcado pela fraqueza de se criar novos rumos, novos sentidos. O homem se arrasta, sem a orientação divina e sem resposta da ciência.

A quarta fase, ou niilismo ativo, é considerada como a “condição para se chegar à suprema afirmação da existência” (ARALDI 1998, p. 88). É a partir dela que se apresenta o homem afirmativo que supera a negação dos sentidos, para a destruição dos valores vigentes e criação de novos. Para Nietzsche, era preciso superar a morte de Deus e enxergar o novo horizonte de sentidos a serem criados:

Será que ainda estamos demasiadamente dominados pelas primeiras consequências desse acontecimento? De fato, essas primeiras consequências, contrariamente ao que se poderia talvez esperar não nos parece tristes e sombrias, mas pelo contrário, como uma espécie de luz nova, difícil de descrever, de felicidade, de alegria, de serenidade, de encorajamento, de aurora [...]. (NIETZSCHE, 2006, p. 206)

A partir da divisão das quatro formas de niilismo, o conceito será abordado como processo evolutivo da trama dos personagens e história do filme *Clube da Luta*.

Relações de Consumo do Sujeito Pós-Moderno

As Revoluções Industriais ocorridas a partir do século XVIII introduziram uma era de transformações na sociedade. As relações de trabalho, produção, tecnologia tiveram progressiva evolução e as relações de consumo cresceram em demanda e importância (POLON, 2011, p. 1). O crescimento constante de ofertas de

produtos e as opções de modelos para o mesmo segmento transformaram as relações das pessoas com as mercadorias disponíveis para o consumo.

O mercado dispunha então de alternativas de diversas marcas para o mesmo produto que com os recursos publicitários, entregavam aos consumidores valores agregados à mercadoria, diferenciando-se da concorrência. Logo, os objetos deixam de ser meros utensílios práticos para desempenhar determinada significância, sendo então utilizados como signo de uma sociedade de consumo (BAUDRILLARD, 2008, p. 151).

A lógica de consumo, segundo Baudrillard (2008), define-se pela manipulação de signos em que o objeto perde sua finalidade final para dar lugar à relação como valor principal. Por isso, a satisfação do consumidor nunca será completa, pois o consumo depende desta negação e do não atendimento de suas necessidades.

Bauman (2008, p. 111) afirma que a síndrome cultural da pós-modernidade consiste na efemeridade das coisas, degradando a sua duração para a elevação do valor da novidade. Nessa perspectiva, os objetos de desejos humanos são determinados pelo ato da apropriação a ser consumido com rapidez, encurtando a distância entre a satisfação de possuir e do descarte. Assim, o ciclo de consumo é sempre renovado.

A lógica econômica da sociedade moderna de aquisição e reprodução de capital social e seu poder de consumo estão ligados à distinção de classes sociais (NORONHA; BARBOSA, 2016, p. 41). Não mais se limita classes sociais pela renda ou capital acumulado. Bourdieu (1983, p. 191) define o capital cultural como um estratificador de classes pelo consumo de obras de arte legítimas, distinguindo as classes e reforçando sua posição na sociedade.

A estratificação social se faz então pelo consumo em níveis quantitativos e qualitativos, onde o fetichismo mercadológico surge para definir as posições de *status quo* de uma sociedade. O consumo transformou-se na moral do mundo contemporâneo (BAUDRILLARD *apud* GIGLIO, 2002, p. 236) e regente da indústria cultural.

Bittencourt (2011, p. 105) aponta as práticas de consumo da sociedade pós-moderna apresentando um novo tipo simbólico para o homem. O *Homo Consumens*, visa “consumir avidamente os bens materiais disponíveis no sistema mercadológico vigente” como uma espécie de dependência da realidade contemporânea. A Sociedade de Consumo introduz esse simbolismo e é a partir dele que será dada a leitura da obra cinematográfica proposta nesse artigo.

Caracterização e posicionamento do *Clube da Luta*

Clube da Luta foi lançado em 1999 como um dos principais filmes do fim daquela década. Usando da técnica narrador-personagem, acompanhamos a história de um executivo de uma seguradora que sofre de insônia e vive à procura de soluções para seu problema. Já no início do filme, o personagem se assume um ávido consumidor de produtos dos catálogos da IKEA, uma multinacional especializada em móveis domésticos. A cena segue com os objetos em sua sala apresentados com recursos de textos inseridos, indicando modelo e valor de cada um, reproduzindo a linguagem dos catálogos de produtos (figura 1). O protagonista fala de sua necessidade de comprar os produtos que via e, após narrar as mercadorias que adquiriu, ele questiona que tipo de porcelana o definiria.



Figura 1 - Mobília do apartamento do protagonista

Fonte: Fight Club, 20th Century Fox, 1999

Procurando tratamento para a insônia, o personagem (o narrador) de Edward Norton começa a participar de reuniões de pessoas com algum tipo de doença, como câncer nos testículos, tuberculose ou al-

coolismo. Os participantes trocam experiências e sentimentos para desabafar. No meio do sofrimento e da proximidade da morte daquelas pessoas, o protagonista encontra um alívio para seu problema com

o sono, chorando junto com desconhecidos que pensam que também estão morrendo.

O enredo do filme introduz na história Tyler Durden, um negociante de sabão de índole duvidosa interpretado por Brad Pitt. Após descobrir que houve uma explosão em seu apartamento, o protagonista se encontra com Durden em um bar,

onde conversam sobre o ocorrido. O personagem principal lamenta pelos objetos e móveis que perdeu, falando sobre estar próximo de sentir completo. Tyler por sua vez o retruca criticando a postura consumista do protagonista, manifestando um discurso de desprezo por bens de consumo, iniciando a linha de pensamento do personagem durante o filme.



Figura 2 - Cena do filme com frase emblemática, mostrando o posicionamento do personagem

Fonte: Fight Club, 20th Century Fox, 1999

A partir da formação dessa amizade o protagonista do filme passa por uma experiência de desapego material e lutas com seu parceiro na porta de bares, que logo se desdobra na formação do *Clube da Luta*, local onde homens brigam entre si para expurgar suas frustrações de sujeito pós-moderno.

Consumo e niilismo na narrativa fílmica

A obra dirigida por Fincher aborda tais assuntos em uma trama crítica aos valores de consumo de sua época. Junto

a isso, observa-se um teor niilista em seu discurso narrativo, destacando a negação dos valores e a busca de novos sentidos.

Sendo um sujeito pós-moderno, o protagonista do filme não se enquadra no modo de vida antigo, guiado por preceitos divinos. O que direciona a vida do personagem é secular. A morte de Deus foi anunciada e o niilismo passivo foi ultrapassado por ele. O filme chega a tratar de religião quando Tyler questiona seu amigo sobre a possibilidade de Deus os desprezar. E se assim for, não há por que se pre-

ocupar. *"We are God's unwanted children? So be it!"* (FOX, 1999).

O modelo de niilismo que inicialmente melhor se enquadra ao personagem de Norton é o reativo. Novos ídolos foram inseridos na sociedade. A morte de Deus é somente aparente. Nietzsche (2006, p.117) entende que "haverá talvez ainda durante milhares de anos cavernas nas quais se mostrará sua sombra – nós devemos ainda vencer sua sombra". A ciência, o antropocentrismo, o entretenimento ou o consumo são meios que se alocam no vazio divino para a guiar os homens.

A narrativa do filme deixa claro que o hábito de consumo faz parte do cerne do personagem. Suas posses integravam a vida do protagonista. Conversando com um policial que investiga a explosão de seu apartamento, ele ressalta a importância que seus bens tinham em sua vida: *"That was not just a bunch of stuff that got destroyed. It was me!"* (FOX, 1999).

Contudo, o personagem de Norton ainda se sentia doente. A falta de sono o debilitava e as posses materiais não mais o satisfazia. Encontrou em uma sombria atmosfera o seu alívio para a insônia. Nas reuniões de apoio à pessoas com alguma doença grave (na maioria terminal), Cornelius, pseudônimo usado pelo protagonista, via no sofrimento pela morte que se aproxima uma espécie de catalisador de seu problema com sono.

É após o primeiro encontro com Tyler Durden e a explosão de seu apartamento que o personagem principal da trama converge para a próxima etapa do niilismo. O relacionamento com o personagem de Pitt evidencia o posicionamento da obra sobre o modo de vida pós-moderno. A negação do sentido do consumo e da posse. A expectativa inalcançável e o sentimento de fracasso.

O filme chega a ser irônico ao acusar a indústria cultural de gerar tais ex-

pectativas na geração dos personagens. Durden é o guia para a transição do protagonista para o niilismo passivo. Os caminhos que os dois começam a fazer é o primal. As violentas lutas entre homens sobrepõem ao fetichismo da cultura capitalista com o clube da luta.

Os protagonistas do filme impõem algumas regras para o funcionamento do clube e as primeiras são emblemáticas: não se fala sobre o clube da luta. Contudo, mais e mais homens se juntam às violentas noites no clube, evidenciando a quebra de protocolo e o surgimento de uma oportunidade para o próximo nível de niilismo. Eles começam então a convocar mais pessoas para seu grupo, uma espécie de exército que inicia uma série de atos de vandalismo. *Project Mayhem* inicia a fase do niilismo ativo. A superação da passividade pelo estado das coisas, da violência entre iguais pela falta de expectativa.

Podendo ser traduzido como "Projeto Caos", o objetivo de Tyler é instaurar um novo sentido para a sociedade a partir da destruição do que é vigente. O plano é destruir prédios das operadoras de cartão de crédito e suas centrais de informação a fim de apagar o histórico de dívidas de seus clientes, criando assim caos no sistema financeiro e abalar as estruturas de consumo. O narrador por sua vez tenta impedir o prosseguimento do projeto em uma corrida desesperada contra o tempo.

Considerações finais

Assim como as obras de Friedrich Nietzsche que causaram polêmicas em sua época, *Clube da Luta* foi recebido de diversas maneiras entre público, críticos e profissionais ligados à indústria de cinema. Com uma aura sombria e diálogos corrosivos, o filme carrega em sua narrativa a progressão de personagens da geração X diante de seus valores.

O questionamento e insatisfação referente aos ideais de uma época em plena transformação é o motor para a transformação e evolução narrativa dos protagonistas. Pode-se observar semelhante motivação nos textos de Nietzsche referente ao niilismo, onde a negação de valores antigos postulava novos nortes para a sociedade.

Desde a implementação dos processos industriais para a fabricação em massa de produtos, a ascensão da ciência e a rápida evolução tecnológica, a sociedade ocidental se afasta cada vez mais do mundo metafísico. As relações de trabalho, a arte, a educação, a cultura e o consumo se formaram na lógica de mercado, no jogo do poder. Uma geração após a outra criada para ter ou ser para ter.

A transição pelas fases do niilismo feita pelos personagens do filme ilustra o paralelo com as ideias do filósofo alemão, que de uma profunda análise da doença da sociedade ocidental, buscava uma espécie de cura para a libertação do homem frente a ideais metafísicos. Tyler Durden não conseguiu atingir a cura para essa sociedade, mas quis mostrar, assim como Nietzsche, a sua provável doença.

Referências

- ARALDI, C. L. Para uma caracterização do niilismo na obra tardia de Nietzsche. *Caderno Nietzsche*, n. 5, p. 75-94, 1998.
- BAUDRILLARD, J. *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Edições 70, 2008.
- BAUMAN, Z. *Vida para consumo: A transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- BITTENCOURT, R. N. Os dispositivos existenciais do consumismo. *Revista Espaço Acadêmico*, ano X, n. 118, p. 103-113, mar. 2011.
- BOURDIEU, P. *A Distinção: Crítica Social do Julgamento*. São Paulo: Editora Zouk, 2007.
- BOURDIEU, P. Gostos de classe e estilos de vida. In: ORTIZ, R. (org.). *Pierre Bourdieu: Sociologia*. São Paulo: Ática, 1983.
- CLUBE DA LUTA. Direção: David Fincher. Produção: Art Linson et al. 20th Century Fox, 1999: 139 min, DVD.
- DELEUZE, G. *Nietzsche e a filosofia*. Porto: Rés-Editora, 2001.
- GIGLIO, E. M. *O comportamento do Consumidor*. São Paulo: Thomson, 2003.
- HALL, S. *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- LIPOVETSKY, G. *A Era do Vazio: Ensaio sobre o individualismo contemporâneo*. Barueri: Manole, 2005.
- NIETZSCHE, F. *A Gaia Ciência*. São Paulo: Editora Escala, 2006.
- NORONHA, N. S.; BARBOSA, D. M. S. Renda, consumo e centralidade do trabalho na "nova classe média" brasileira. *Revista de Administração Mackenzie*, n. 17, p. 40-54, 2016.
- PECORARO, R. *Niilismo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.
- POLON, L. C. K. Sociedade de Consumo Ou o Consumo da Sociedade? Um Mundo Confuso e Confusamente Percebido. In: SEMINÁRIO NACIONAL ESTADO E POLÍTICAS SOCIAIS, 5., 2011, Cascavel. *Anais (...)*. Cascavel: Unioeste, 2011.
- RETONDAR, A. M. A (Re)Construção do Indivíduo: A Sociedade de Consumo como "Contexto Social" de Produção de Subjetividades. *Sociedade e Estado*, Brasília. v. 23, n. 1, p. 137-160, 2008.
- SADOVSKI, R. Clube da Luta. Um Filme de David Fincher. *Set*, São Paulo, ed. 149, ano 13, n.11, p. 26-32, 1999.