

CONSUMO CULTURAL: ENTRE FETICHISMO, CINEMA E EXPOSIÇÕES.

IX Encontro de Pesquisa e Pós-Graduação

Fábio de Sousa Neves, Mariana Mont Alverne Barreto Lima

No presente trabalho analiso o fenômeno do consumo cultural contemporâneo à luz da teoria marxista. Busco compreender brevemente, e mais especificamente, alguns elementos que andam lado a lado ao consumo explicitado, tais como: mundialização da cultura, estetização da vida e as transformações e construções de estilos de vida. Para tal empreendimento analítico, são utilizados autores que em suas obras possuem conexões com alguns dos fundamentos marxistas e possibilitam reflexões referentes aos processos contemporâneos do consumo cultural de forma análoga entre os séculos XIX e XX. Trago então, para pensar esses processos análogos, os exemplos das exposições universais, exposto por Benjamin, e os shopping centers, com intuito de compreender as similaridades desses espaços que surgem como lugares de peregrinação da mercadoria em seu fetiche. Além desses espaços, importante ressaltar que no presente artigo será dado enfoque, para refletir sobre o consumo cultural contemporâneo, no cinema enquanto arte e bem cultural. Esta arte, na lógica marxista, cria um público sensível a sua apreensão, isto é, sua produção cria um objeto para o sujeito na medida em que cria um sujeito para o objeto, criando públicos capazes de apreciar e consumir a linguagem cinematográfica. O cinema ascendeu num momento de grande desenvolvimento das forças produtivas em escala extremamente ampliada. No cerne da compreensão do consumo cultural, por meio dos exemplos explicitados, faço uso de tuas teses básicas de Marx: a exploração e a alienação. A exploração tem como elemento principal a “mais-valia”, já a alienação liga-se diretamente ao “fetichismo da mercadoria”. Dentre as duas teses, neste artigo, será dado enfoque ao fetichismo, recurso de suma importância para a reflexão acerca do fenômeno do consumo cultural contemporâneo advindo das transformações operadas na modernidade.

Palavras-chave: Consumo cultural. Cinema. Fetichismo.