

NARRATIVA DA ERA DO HIPER: REPRESENTAÇÃO DA HIPERMODERNIDADE EM CLUBE DA LUTA (1999)

THALYTA FERNANDES BONFIM¹

Resumo

Para Gilles Lipovetsky, o que está sendo vivido entre o final do século XX e início do século XXI é um novo tipo de modernidade, uma versão acelerada da anterior. Este artigo buscou determinar as marcas definidoras da hipermodernidade, assim como ela é descrita pelo autor, para que fosse possível averiguar de que forma sua presença é perceptível em uma narrativa cinematográfica de seu tempo. Para tanto, por meio de análise fílmica de cunho interpretativo sócio-histórico, foram propostas e utilizadas categorias extraídas das características da hipermodernidade na investigação por marcas desses tempos no filme *Clube da Luta* (1999). Dos dezoito pontos propostos em quatro categorias previamente determinadas, treze foram contemplados no filme, sendo o hiperconsumo o que recebeu maior ênfase no enredo.

Palavras-chave: Hipermodernidade; Clube da Luta; Análise fílmica; Lipovetsky.

1. Introdução

O surgimento da modernidade significou uma nova visão de mundo que rompia com a anterior. Ancorada na cultura da novidade, da mudança constante e na negação da tradição, a lógica moderna de vanguarda artística foi uma revolta contra as regras e valores da sociedade burguesa. O puritanismo é substituído pelos valores hedonistas e é neste momento em que surge o individualismo, tanto no domínio da cultura quanto no econômico. Impulsionada pelo capitalismo industrial, a modernidade levantou os padrões da indústria e do progresso, através da produção em série e do desenvolvimento do conhecimento tecnocientífico (CHARLES, 2004, p. 14).

Antony Giddens (1991, p. 11) classifica o surgimento da modernidade como uma espécie de nova organização social que, originada na Europa do século XVII, eventualmente tornou-se uma influência mundial. Porém, a modernidade também teria sido descontinuada, dando lugar, por volta da metade do século XX, ao “esgotamento das utopias futuristas, dos projetos revolucionários e das vanguardas” (LIPOVETSKY; SERROY, 2009, p. 49). Jean-François Lyotard (2009) denominou este novo período de pós-modernidade, o estado da cultura após transformações nos campos da ciência e das artes, causadas pela descrença nos grandes discursos “legitimadores do bom, do justo e do verdadeiro” (SANTIAGO, 2009, p. 127). Exemplos disso são a forma como a razão passa a ser julgada como instrumento de dominação financeira e burocrática.

Gilles Lipovetsky vai contra a teoria de Lyotard de que rompemos com a modernidade. Para

¹ Mestranda no programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. Orientador: Prof. Dr. Sérgio Araújo de Sá. E-mail: thalytafbonfim@gmail.com

o autor, o prefixo “pós”, que indica um rompimento com o que veio anteriormente, não seria mais correto para designar o momento histórico vivido a partir do fim do século XX. A pós-modernidade teria sido apenas um estágio transitório, agora o termo mais apropriado seria hipermodernidade (LIPOVETSKY, 2004, p. 58).

2. Hipermodernidade

Lipovetsky foi o primeiro teórico a falar sobre hipermodernidade como uma nova era, um estado vivido pela sociedade do fim do século XX e começo do século XIX. Para seu co-autor em *Os tempos hipermodernos* (2004), Sébastien Charles, a era do *hiper* se caracteriza, principalmente, pelo hiperconsumo – consumo exacerbado que absorve uma grande parcela do social –, pela hipermodernidade – sociedade liberal, fluida e flexível – e pelo hipernarcisismo – tipo de indivíduo/individualismo deste tempo (CHARLES, 2004, p. 25; 26). Essa segunda modernidade possui como base os mesmos valores da primeira: o mercado, a eficiência técnica e o indivíduo (LIPOVETSKY, 2004, p. 54). A diferença é que agora esses domínios estão globalizados e apresentam-se em excesso, na escala do “sempre mais”:

Por toda a parte, a ênfase é na obrigação do movimento, a hipermudança sem o peso de qualquer visão utópica, ditada pelo imperativo da eficiência e pela necessidade da sobrevivência. Na hipermodernidade, não há escolha, não há alternativa, senão evoluir, acelerar para não ser ultrapassado pela “evolução” [...]. A mitologia da ruptura radical foi substituída pela cultura do mais rápido e do sempre mais: mais rentabilidade, mais desempenho, mais flexibilidade, mais inovação. (LIPOVETSKY, 2004, p. 57)

Há um processo de declínio valorativo das tradições através do enfraquecimento da ligação e dependência dos indivíduos em relação às instituições normativas – como a família, a igreja, a religião, os partidos políticos –, o que aumenta suas autonomias. Ao se tornar autônomo, o indivíduo passa a ter mais responsabilidades, pois não age mais de acordo com regras pré-estabelecidas por tais grupos. Por outro lado, com uma independência maior em relação às tradições e normas sociais, ele torna-se mais livre (CHARLES, 2004, p. 20; 21). O resultado é uma existência paradoxal: “Sob o reino da moda total, o espírito é menos firme mas mais receptivo à crítica, menos estável mas mais tolerante, menos seguro de si mesmo mas mais aberto à diferença, à prova, à argumentação do outro” (LIPOVETSKY, 2009, p. 306)

Surge uma sociedade movida pela moda e suas técnicas de sedução e renovação, que busca a satisfação imediata de suas necessidades. A moda, porém, está constantemente em transição. A sensação de efemeridade resultante da supremacia da moda aumenta a insegurança e teme-se a instabilidade. O senso de liberdade e o impulso hedonista recuam perante os medos. O presente é o ponto de referência do indivíduo hipermoderno, mas surgem inquietações com o futuro em relação ao que será não só da sociedade, mas do meio ambiente e do que restará do mundo para as gerações futuras também. O desenvolvimento mais incentivado é o do tipo sustentável (LIPOVETSKY, 2004, p. 63-65;

68-71). Instala-se outro dos muitos paradoxos hipermodernos: estimula-se a busca implacável pelo prazer e o bem estar, mas as pessoas também estão cada vez mais estressadas e apreensivas “gerando, como consequência, um tipo de sociedade esquizofrênica dividida entre uma cultura do excesso e o elogio da moderação” (CHARLES, 2009, p. 29).

O individualismo, aqui, é hipernarcisista e diferencia-se dos tipos moderno e pós-moderno pelas preocupações com o futuro e valorização do duradouro como forma de resistência ao reinado absoluto do efêmero, fonte de suas ansiedades. Sem ligações fortes com as identidades culturais – como as de classe, gênero e raça – e instituições normativas, o indivíduo torna-se mais aberto, fluido. Porém, sem o pertencimento a grupos unificadores que forneçam um convívio social estruturante e o fortaleça psicologicamente, ele sofre com a crise de identidade, tornando-se mais instável. Stuart Hall defende que este sujeito que perdeu o sentido de si unificado e estável está tornando-se fragmentado. Sendo assim, ele é “composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não-resolvidas” (HALL, 2006, p. 12). Desse modo, ele não possui uma identidade permanente, tornando-se uma “celebração móvel”. Como consequência, fica mais propenso a sofrer de sintomas psicossomáticos – como depressão, ansiedade e distúrbios compulsórios. Esses sintomas geram nesse indivíduo o crescimento da necessidade de pertencimento, de identidade comunitária e de segurança, de modo que surge um novo espaço para conexões espirituais renovadas, que vão além das religiões tradicionais (LIPOVETSKY, 2004, p. 83; 84; 94).

O tempo é uma questão problemática na hipermodernidade. O ritmo acelerado exigido pela concorrência e em nome da eficiência desencadeia uma série de distúrbios psicossomáticos, sendo o mais comum deles o estresse, pois a vida fora do ambiente de trabalho também é afetada por esse novo regime temporal. Na contramão dessa realidade, há uma fatia da sociedade que dispõe de tempo em excesso, como seria o caso das pessoas em situação de rua, dos adultos desempregados e dos jovens que não trabalham e nem estudam (LIPOVETSKY, 2004, p. 77; 78).

A corrida contra o tempo também serviria de alimento para a fome consumista. No combate ao envelhecimento e à sensação de rotina, o indivíduo hipermoderno consome avidamente. O que busca-se no consumo é a satisfação dos prazeres, a possibilidade de sentir. O hiperconsumidor quer permanecer sempre jovem, renovado, para que as repetições do cotidiano não anulem sua capacidade de experimentar sensações novas constantemente (LIPOVETSKY, 2004, p. 80; 121).

A memória também se mostra saturada nesses tempos. A grande quantidade de museus, o volumoso turismo cultural e as muitas datas comemorativas para uma gama enorme de acontecimentos históricos são testemunha. Outro movimento de valorização do passado é o fato dos artigos retrô, *vintage*, antiguidades e autênticos estarem constantemente presentes na moda (LIPOVETSKY, 2004, p. 86-88). Esses resgates do antigo para uso novo podem ser entendidos como formas de pastiche – que é, segundo Frederic Jameson (1985, p. 113; 115), uma das práticas pós-modernas mais significantes. O autor argumenta que, em um mundo onde a possibilidade de inovação estilística foi esgotada, tudo o que resta é reciclar o passado através da imitação. Lipovetsky (2004, p. 86; 89) defende que foi-se

a característica modernista de negação do passado, mas a modernização, ou seja, a ideia de originalidade e renovação constante, continua com força total, pois a vontade de criar, inventar, se desafiar e se superar não foi abolida nos tempos hipermodernos. Esses dois movimentos, de resgate do antigo e de busca do novo, coexistem na hipermodernidade.

3. A hipermodernidade em análise fílmica sócio-histórica

Como dito por Francis Vanoye e Anne Goliot-Lété (2012, p. 51), obras audiovisuais são produtos culturais pertencentes a contextos sócio-históricos específicos e não podem ser isolados do estado presente da sociedade que os produz. A análise e interpretação sócio-histórica, portanto, têm como propósito interrogar a peça audiovisual, pois ela

[...] oferece um conjunto de representações que remetem direta ou indiretamente à sociedade real em que se inscreve. A hipótese diretriz de uma interpretação sócio-histórica é a de que um filme sempre ‘fala’ do presente (ou sempre ‘diz’ algo do presente, do aqui e do agora de seu contexto de produção). [...] Reflexo ou recusa, o filme constitui um *ponto de vista* sobre este ou aquele aspecto do mundo que lhe é contemporâneo. (VANOYE; GOLLOT-LÉTÉ, 2012, p. 51; 52)

Após esboçar o percurso traçado pelas mudanças na cultura ocidental entre o fim do século XX e começo do século XXI, foi possível fazer um desenho da espinha dorsal que sustenta a hipermodernidade. Com base nisso, pode-se dividi-la em categorias de busca de representação e identificação desses tempos em análises sócio-históricas de obras audiovisuais, como será feito com o filme *Clube da Luta* (1999).

Foram destacados dezoito pontos que podem ser considerados sintomas desses tempos: 1) hiperconsumo; 2) individualismo hipernarcisista; 3) caráter paradoxal; 4) enfraquecimento da relação dos indivíduos com instituições normativas; 5) indivíduos mais livres, porém mais responsáveis; 6) ditadura da moda; 7) busca pela satisfação imediata das necessidades e prazeres; 8) sensação de efemeridade; 9) aumento de inseguranças; 10) inquietações com o futuro; 11) crise de identidade; 12) aumento de sintomas psicológicos e psicossomáticos; 13) necessidade de pertencimento; 14) ritmo acelerado e escassez de tempo; 15) tempo em excesso; 16) busca pela juventude e pelo corpo jovem; 17) valorização da memória e reciclagem do passado; 18) valorização de inovações culturais e da tecnociência.

Decidiu-se por agrupá-los em categorias denominadas a partir dos quatro pontos que podem ser considerados como pilares da hipermodernidade e amarram de forma coesa as relações entre seus pontos subjacentes:



Cate-

gorização de tópicos de análise

A divisão tem o intuito de tornar mais objetiva a compreensão do modo como a hipermmodernidade é percebida no filme. Os agrupamentos propostos, no entanto, não são estanques, pois esses pontos também podem se relacionar entre si de outras formas. Essas categorias e os pontos que as constituem servem como tópicos de análise e identificação sócio-histórica da hipermmodernidade. A seguir, eles irão indicar a presença das marcas hipermodernas em *Clube da Luta* (1999) e, ao decorrer da análise, irá constatar-se quais e de que forma os pontos constitutivos das categorias foram representados no filme.

4. A hipermmodernidade em *Clube da Luta* (1999)

Lançado em 1999, o filme *Clube da Luta* apresenta uma crítica ao modo de vida da sociedade que lhe é contemporânea, refletindo sobre o consumo exagerado, o individualismo e o vazio que estes dois elementos provocam na vida das pessoas. O longa-metragem não indica respostas para as inquietações que desperta apenas no mundo exterior. Primeiramente, não é apresentada uma justificativa para o *quê* Tyler Durden seria, mas pode-se entender a criação e percepção dele pelo Narrador como uma espécie de distúrbio de personalidade, fruto de uma esquizofrenia ou consequência de sua insônia crônica. Esses tipos de disfunções são condizentes com o *aumento de sintomas psicológicos e psicossomáticos* apresentado pelo indivíduo hipermoderno.

A narrativa se desenrola de modo que o público depende deste narrador – perdido e sem referências seguras do que é real e do que é ilusão – para entender os acontecimentos apresentados na tela. Por conta disso, o enredo mostra lacunas que só fazem sentido quando é revelado que, na verdade, o Narrador e Tyler Durden eram a mesma pessoa o tempo todo. Estes dois personagens incorporam valores e ideais completamente diferentes entre si.

O Narrador segue, inicialmente, alguns dos códigos de conduta impostos pela sociedade de seu tempo – como o consumismo e o individualismo. Ele é a personificação do típico homem hiper-

moderno. Embora viva em um mundo materialista, e talvez de forma inconsciente, o Narrador sonha em jogar tudo para o alto e libertar-se das imposições sociais que o prendem a uma vida monótona e vazia. Tyler é a encarnação desses desejos controlados de seu criador, representando o anti-consumismo e o anti-narcisismo.

Tyler e o Narrador são fragmentos da mesma pessoa, mas são opostos entre si. Enquanto fragmento irreal, Tyler possui várias coisas que o Narrador não tem. Entre elas, a confiança, a autoestima e um nome. O fato de o próprio Narrador de *Clube da Luta* (1999) não ter seu nome revelado em momento algum é uma forma de demonstrar a *crise de identidade* do indivíduo desse tempo. A insônia o faz perder o contato consigo mesmo, causando uma apatia que leva-o a relatar os acontecimentos mais importantes de sua vida como uma lista de banalidades. Sem a noção do que é real sobre si mesmo e sobre o mundo, suas palavras são de moral duvidosa e cheias de contradições. Um exemplo disso é a forma como ele condena Marla por ela ser uma “turista” nos mesmos grupos de apoio que ele frequenta sob falsos pretextos. O fato de ele sentir-se no direito de comparecer a esses grupos e condenar Marla pela mesma atitude – responsabilizando-a por todos os conflitos apresentados na trama – mostra seu egocentrismo e vitimismo, traços do *individualismo hipernarcisista*.

Ao se reconhecer como um “escravo do instinto de fazer um ninho da Ikea”² (CLUBE DA LUTA, 1999) ele se coloca como vítima da *ditadura da moda* e do *hiperconsumo*. Toda a sua vida é baseada na *busca pela satisfação imediata de suas necessidades e prazeres*, primeiro através do consumo, depois através dos grupos de apoio e, por fim, através do Clube da Luta. No editorial de novembro de 2015 da revista *Tpm*, que traz a chamada “De quanto você (realmente) precisa para viver? Investigamos o movimento mundial de desaceleração do consumo”, Fernando Luna (2015) afirma:

Até o consumo consciente escorrega em delírios fetichistas. Rúcula orgânica é pouco, quero hidropônica e cultivada por um biólogo antroposófico que morou na Califórnia. Camiseta *fair trade* não basta, precisa ser confeccionada com algodão de sementes crioulas colhido durante a lua cheia. Tudo isso reduz cidadãos a consumidores. Você é aquilo que compra.

Esta tendência é constatada na fala do próprio Narrador:

Se eu visse algo inteligente como uma pequena mesa de centro no formato de um yin-yang, eu tinha que tê-la. [...] Até as lâmpadas de fio Rizlampa de papel não-branqueado ecologicamente correto. Eu folheava os catálogos e pensava: que tipo de porcelana me define como pessoa? Eu tinha tudo. Até os pratos de vidro com pequenas bolhas e imperfeições. Provas de que eles haviam sido feitos por povos indígenas honestos, simples e trabalhadores de... Onde quer que seja. (CLUBE DA LUTA, 1999)

Se vive-se sob os desígnios da moda, tudo torna-se transitório, causando uma enorme *sensação de efemeridade* – presente nesta fala de Marla, quando ela comenta com o Narrador sobre um vestido de dama de honra que comprou em um brechó: “Alguém o amou intensamente por um dia

2 Loja de origem sueca de móveis de baixo custo. Em 2002, a Ikea já possuía uma tiragem anual de catálogos (por volta de 115 milhões) maior do que a vendagem da Bíblia (estimativa entre 53 e 100 milhões por ano) (ROTH, 2002).

e então o jogou fora. Como uma árvore de natal, tão especial e então... bam! Está jogado no canto da estrada” (CLUBE DA LUTA, 1999). O Narrador também percebe o sentimento de brevidade que marca estes tempos, como quando vai de aeroporto para aeroporto,³ em viagens de trabalho:

Para todo canto que eu viajo, uma vida em miniatura. Açúcar em porção única. Creme em porção única. Manteiga em porção única. Um kit de *cordon-bleu* de microondas. Xampu dois-em-um. Amostra de enxaguante bucal, mini sabonete. As pessoas que eu conheço em cada voo, elas são amizades em porção única. Entre decolagem e aterrissagem nós temos nosso tempo juntos, mas isso é tudo que temos. (CLUBE DA LUTA, 1999)

Esta reflexão que ele faz durante suas viagens estende-se para outros momentos de sua vida. Nada parece feito para ser permanente ou durar mais do que uma porção, inclusive suas relações. A sensação de que tudo é efêmero é algo vivido pela sociedade como um todo. Tyler explica que os sabonetes caseiros que fabrica são produzidos com gordura humana que ele rouba de clínicas de estética. O Narrador afirma que estes sabonetes são revendidos por grandes lojas de departamento para as mesmas mulheres ricas que fizeram lipoaspiração nestas clínicas, de modo que elas estão, basicamente, comprando de volta sua própria gordura. E que outro motivo teriam para se submeter a esse tipo de procedimento estético se não para lutar contra os efeitos do tempo e a efemeridade de seus corpos? Aqui percebe-se a *busca pela juventude e pelo corpo jovem* presente na sociedade desse tempo.

Apresentando um caso crônico de insônia, o Narrador passa a frequentar grupos de apoio para pessoas com diversas doenças, mesmo sem sofrer de nenhuma delas, ao perceber que estes ambientes o fazem se sentir bem. Ouvir as histórias compartilhadas e se permitir chorar acarreta em um processo de catarse que o faz conseguir dormir novamente, de modo que ele torna-se viciado em terapias em grupo. O vazio que o Narrador tenta preencher com o consumo é possivelmente causado por uma *falta de vínculos com instituições normativas*. A ausência de uma família, amigos ou de uma religião em sua vida criou no personagem uma *necessidade de pertencimento* que é contemplada quando ele se integra aos grupos de apoio. A segurança e senso de liberdade que ele sente nessas reuniões são experiências quase celestiais. Logo no primeiro desses encontros frequentados pelo protagonista, o local onde ele chora pela primeira vez abraçado a um estranho trata-se de um porão de igreja e a música não-diegética⁴ que toca na cena remete às músicas sacras. O Clube da Luta também funciona como um alento para seus participantes, a ponto do Narrador realmente compará-lo a uma igreja Pentecostal. Como uma espécie de religião para seus membros, o clube transforma-se em uma razão para viver, para cuidar de si. Após lutar, todos sentem-se livres e salvos. Assim como o Narrador encontrava-se antes de frequentar os grupos de apoio, os participantes também estavam perdidos, de modo que estar no clube fez com que se sentissem incluídos, como se pertencessem a algo maior.

Há no filme alguns elementos estéticos e de enredo que fazem referência a um gênero cine-

3 Um dos chamados “não-lugares”, por Marc Augé, os aeroportos seriam espaços não identitários ou históricos e de “circulação acelerada das pessoas e bens” (AUGÉ, 1994, p. 36), onde não se criariam relações.

4 Que não faz parte da diegese, ou seja, do mundo ficcional da narrativa. Os personagens não escutam esta música, apenas os espectadores.

matográfico do século anterior ao seu lançamento. O *film noir* possui algumas características estéticas percebidas com recorrência em suas obras, como a narração por *voice-over* em primeira pessoa, o uso do *flashback* e a pouca iluminação, permeada por sombras (MACIUSZEK, 2006). Além destas, alguns elementos constantes em seus enredos seriam a moral dúbia do “herói”, as alianças instáveis e a presença de uma *femme fatale* que desestabiliza o protagonista (BORDE; CHAUMETON, 2002), todos encontrados em *Clube da Luta* (1999).⁵ Gênero cinematográfico popular nos Estados Unidos nos anos 1940 e 1950, os filmes *noir* realizados fora desse contexto são, na verdade, um novo tipo de filme. A estes, que incorporam elementos temáticos e visuais do *film noir* juntamente com características próprias de suas épocas, propôs-se o nome *neo-noir*. Assim como o *film noir* fez em seu tempo, os *neo-noirs* fazem um retrato crítico das sociedades que lhes são contemporâneas (ERICKSON, 1996, p. 321). Sendo assim, pode-se concluir a presença desse pastiche estilístico como uma forma de *valorização do passado através de sua reciclagem*.

A hipermodernidade é um período em que o domínio da compra estende-se ao infinito: “Chegamos ao momento em que a comercialização dos modos de vida não mais encontra resistências estruturais, culturais nem ideológicas; e em que as esferas da vida social e individual se reorganizam em função da lógica do consumo” (CHARLES, 2004, p. 31). Apesar de afirmar-se escravo do consumo, a explosão do apartamento do Narrador apresenta um ponto de virada em sua vida. Ao pedir o auxílio de Tyler, ele é apresentado a uma filosofia de vida diferente da sua. A casa em que o Narrador vai morar com Tyler, isolada e decadente, funciona como uma espécie de reabilitação para um viciado no consumo e comodidade hipermodernos. Situada em um local ermo, não há vizinhos em seu entorno, não há água limpa saindo de seus canos e mal há eletricidade. Após um mês morando lá, o Narrador afirma já não sentir mais falta de sua TV e nem de uma geladeira que funcione. As sensações despertadas pelas lutas realizadas no clube substituem as sensações perdidas ao não fazer mais compras e o Narrador desprende-se de todos os pilares hipermodernos. Quando um colega de trabalho diz que “a eficiência é a prioridade número um, pessoal, porque desperdício é roubo” (CLUBE DA LUTA, 1999) o Narrador mostra seus dentes ensanguentados em escárnio, renegando a ideia de uma produtividade cada vez maior às custas de um *ritmo acelerado e da escassez de tempo*. Além disso, ele também demonstra ter pena dos que ainda são escravos da moda, como ele fora antes de conhecer Tyler Durden.

Um dos momentos mais emblemáticos do filme é o discurso em que Tyler descreve aos membros do Clube da Luta a vida que eles estavam levando até então, ou seja, a situação do homem hipermoderno:

Cara, eu vejo no Clube da Luta os homens mais fortes e inteligentes que já viveram. Eu vejo todo esse potencial. E eu vejo desperdício. Maldição! Uma geração inteira trabalhando de frentistas, servindo mesas, escravos de colarinho branco. As propagandas nos fazem correr atrás de carros e roupas, trabalhando em empregos que odiamos para que possamos comprar merdas que não precisamos. Nós somos os

⁵ Em *Clube da Luta* (1999), estes elementos são representados da seguinte maneira: a) moral dúbia do “herói” = Narrador; b) alianças instáveis = Narrador e Tyler/Narrador e Marla; e c) presença de uma *femme fatale* que desestabiliza o protagonista = Marla.

filhos do meio da História, cara. Sem propósito ou lugar. Nós não temos uma Grande Guerra, não temos uma Grande Depressão. Nossa Grande Guerra é uma guerra espiritual. Nossa Grande Depressão são nossas vidas. Nós todos fomos criados pela televisão para acreditar que um dia nós seremos milionários e Deuses do cinema e estrelas do rock, mas nós não seremos. (CLUBE DA LUTA, 1999)

A ideologia de Tyler vai contra os valores hipermodernos. Para ele, o Clube da Luta não é apenas um espaço de pertencimento e catarse, é uma forma de se rebelar contra esse sistema, de modo que o clube torna-se insuficiente para seus propósitos. Ele então cria um exército e passa a coordenar projetos secretos com seus súditos, que chama de “macacos espaciais”. Ao cometer excessos, como colocar-se como um líder absoluto e negar aos seus subordinados um nome – tirando suas identidades –, seus métodos mostram-se tão desumanizadores quanto as táticas usadas pelo sistema que ele repudia, demonstrando que sua ideologia também é falha. Tyler representa o *caráter paradoxal* hipermoderno ao condenar o regime vivido pela sociedade em alguns aspectos e aproximar-se dele em outros.

5. Considerações finais

Trazendo uma forte crítica aos pilares que sustentam a hipermodernidade, *Clube da Luta* (1999) trata da luta espiritual vivida pelo indivíduo desses tempos. As mensagens que o filme mais parece querer transmitir são entregues pelas duas faces do protagonista – Narrador e Tyler Durden, respectivamente: “essa é a sua vida e está acabando um minuto por vez” e “é só depois que você perde tudo que você está livre para fazer qualquer coisa” (CLUBE DA LUTA, 1999).

Dos dezoito pontos característicos da hipermodernidade previamente selecionados, treze foram contemplados com alguma espécie de representações no filme. Os quatro pontos-chave, que dão nome às categorias de agrupamento, estão amplamente presentes entre eles. As categorias propostas apresentaram-se na análise desta forma:

1) O *individualismo hipernarcisista* foi percebido através do *enfraquecimento da relação dos indivíduos com as instituições normativas*. O Narrador se apresenta como uma pessoa solitária, isolada e sem laços (sejam afetivos, religiosos, políticos, etc.). Além disso, é egocêntrico e com uma visão tão limitada dos outros e de si que demora a perceber sua própria dupla personalidade.

2) Compreendemos a *crise de identidade* como uma consequência da categoria anterior. Com seu isolamento e distanciamento das instituições normativas, o indivíduo perde um importante direcionamento ao que seria seu lugar na sociedade. Sem esse tipo de base, ocorre a crise de identidade do indivíduo hipermoderno. Em crise e isolado, foi observado no Narrador um *aumento de sintomas psicológicos e psicossomáticos*, tais como insônia e uma possível esquizofrenia, além de uma *necessidade de pertencimento* renovada, de modo que ele busca em novas espécies de instituições uma sensação de identidade de grupo.

3) O *caráter paradoxal* seria inerente à hipermodernidade, uma contradição comum em um tempo acelerado e em constante mutação. No filme, ele é representado pelo comportamento hipócrita

de Tyler em relação a seus súditos. Há também a constatação de que se vive em um *ritmo acelerado* e de *escassez de tempo* em nome da eficiência e da produtividade. Já a *valorização da memória e da reciclagem do passado* foi percebida através dos traços de *film noir* identificados em *Clube da Luta* (1999), não só nos tipos de personagens presentes na obra, mas em sua estética e no uso de elementos como *flashback* e *voice-over*.

4) Por fim, o *hiperconsumo* pode ser considerado o grande ponto de convergência entre a hipermodernidade e *Clube da Luta* (1999). Assim como na sociedade desses tempos, esse fenômeno se manifesta no filme por meio da *ditadura da moda*, que incita o desejo constante de posse e renovação na *busca pela satisfação imediata das necessidades e prazeres*. Inicialmente, o Narrador é um escravo declarado dos caprichos da moda e do consumo. O alto nível de transitoriedade provoca uma *sensação de efemeridade* que causa desconforto e angústia e também é constatada no filme. Esse tipo de consumo vai além do material, há também a *busca pela juventude e pelo corpo jovem*, ironicamente ilustrada no filme pela revelação de que senhoras ricas fazem cirurgias plásticas para tirar as gorduras e compram de volta o que foi descartado nos sabonetes caros que Tyler produz e vende. O hiperconsumo em si recebe destaque na obra através da crítica feita à alienação que ele provoca. Tyler arranca o Narrador das garras da materialidade, alertando-o sobre os falsos desejos provocados e promessas feitas pela sociedade capitalista de consumo.

Apesar de não terem sido identificadas todas as características levantadas sobre os tempos hipermodernos, acreditamos que os treze pontos identificados em *Clube da Luta* (1999) durante a análise foram suficientes para demarcar e explicar as formas de representação desses tempos perceptíveis no filme em questão. Dentre eles, o hiperconsumo – e sua crítica – revelou-se a característica mais enfaticamente percebida na obra, de modo que a totalidade dos pontos desta categoria teve representação em diversas formas no filme.

REFERÊNCIAS

AUGÉ, Marc. **Não-lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas, SP: Papirus, 1994.

BORDE, Raymond; CHAUMETON, Étienne. **A panorama of american film noir (1941-1953)**. San Francisco: City Lights Publishers, 2002.

CLUBE DA LUTA. Direção: David Fincher. Produção: Ross Bell, Cean Chaffin e Art Linson. Intérpretes: Edward Norton; Brad Pitt; Helena Bohan Carter e outros. Roteiro: Chuck Palahniuk e Jim Uhls. Música: The Dust Brothers. Los Angeles: 1999. 1 DVD (139 min), widescreen, color. Produzido por Universal Pictures.

CHARLES, Sébastien. **Cartas sobre a hipermodernidade**: ou o hipermoderno explicado às crianças. São Paulo: Editora Barcarolla, 2009.

_____. O individualismo paradoxal: introdução ao pensamento de Gilles Lipovetsky. In: CHARLES, Sébastien; LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.

ERICKSON, Todd. Kill me again: movement becomes genre. In: SILVER, Alain; URSINI, James (Org.). **Film noir rea-**

der. Nova York: Limelight Editions, 1996. p. 307-329.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora Unesp, 1991.

HALL, Stuart. **A identidade cultural da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

JAMESON, Fredric. Postmodernism and Consumer Society. In: FOSTER, Hal (Org.). **The anti-aesthetic**: essays on postmodern culture. Londres: Pluto Press, 1985. p. 111-125.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

_____. Tempo contra tempo, ou a sociedade hipermoderna. In: CHARLES, Sébastien; LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A tela global**: mídias culturais e cinema na era hipermoderna. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

LUNA, Fernando. **Wi-Fi no lago Walden**. 2015. Disponível em: <<http://revistatpm.uol.com.br/revista/159/editorial/wi-fi-no-lago-walden-editorial-da-tpm-159.html>>. Acesso em: 27 jan. 2016. (Editorial).

LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2009.

MACIUSZEK, Dennis. **Film noir**: an inductive definition of a 40s and 50s film style. 2006. Disponível em: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.117.3921&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em: 22 jan. 2016. (Artigo).

ROTH, Martin. **The Bible vs. the Ikea catalogue: which is winning hearts?** 2002. Disponível em: <<http://www.martin-rothonline.com/MRCC23.htm>>. Acesso em: 1 fev. 2016. (Artigo).

SANTIAGO, Silvano. Posfácio: a explosiva exteriorização do saber. In: LYOTARD, Jean-François. *A condição pós-moderna*. Rio de Janeiro: José Olympio, 2009.

VANOYE, Francis; GOLIOT-LÉTÉ, Anne. **Ensaio sobre a análise filmica**. Campinas, SP: Papyrus, 2012.