

Esta comunicação analisa a posição do indivíduo da sociedade contemporânea como sujeito partícipe do momento de transição da sociedade de consumo para a sociedade do espetáculo, sendo determinante para essa alternância e também para a reprodução do modo de vida individualista, consumista e imediatista, que exterioriza a inversão na ordem dos valores na atual conjuntura social. O estudo procura identificar, a partir do estudo que utiliza o método dedutivo, porque aceções como ilusão, imagem e fetichismo da mercadoria de Marx, além de outros aspectos que se referem a subjetividade na sociedade contemporânea, estão diretamente atreladas ao desejo parasitário de consumir, expressando-se no hiperconsumo exacerbado. O escopo principal a qual se propõe a pesquisa é a compreender o impacto da cultura do espetáculo nas relações do sujeito com a sociedade, consigo próprio e, ampliando essa reflexão até as relações de Direito do Consumidor. Para abordar as relações de consumo nesse tipo de sociedade, se dá ênfase a transferência do objeto de consumo, onde o consumidor que antes demandava bens, agora exige a produção e o consumo ininterrupto de imagens. O hiperconsumo está intrinsecamente ligado ao desejo de gozo imediato e ao agorismo apresentado como característica dos sujeitos que formam essa sociedade, o que compromete a percepção da realidade, conduzindo os consumidores, através do condão da publicidade, à frustração quanto aos produtos e serviços que consomem. Daí surge a importância de contribuir para as reflexões acerca da subjetividade, não só nas relações interpessoais, mas principalmente no campo do Direito do Consumidor, pois diversos são os aspectos subjetivos que podem ser responsáveis pela grande quantidade de demandas consumeristas, entre elas o signo permanente da insatisfação. Também partindo de pressupostos psicanalíticos para a referida reflexão, é possível apontar que a insatisfação é produzida pela ilusão, sendo esta incapaz de responder a crise de identidade do indivíduo da sociedade do espetáculo, posto que, por si, a crise é irresolúvel. Portanto, com essa pesquisa que visa contribuir à reflexão sobre o sujeito na sociedade do espetáculo e sobre a cultura do hiperconsumo, conclui-se parcialmente que o modo de produzir subjetividade na sociedade do espetáculo não tem a preocupação de tornar o indivíduo pleno a partir das relações sociais ou de si mesmo, mas sim de produzir desejos em massa. É através da perda da singularidade da produção subjetiva, que a ilusão foi incorporada aos objetos, fazendo com que o sujeito aceite reconhecer-se nas imagens dominantes, deixando de compreender sua própria existência e seu próprio desejo para alimentar o ciclo de consumo. A reprodução desse sistema é responsável pela crise do sujeito, engendrando miséria e desamparo nos mais variados sistemas sociais e, principalmente, no que se refere a essa pesquisa, ao grande número de demandas judiciais de consumidores. Este artigo foi desenvolvido no âmbito do Grupo de Pesquisa Metamorfose Jurídica.