

Fetichismo de mercadoria no cinema: o universo Yuppie no filme***Psicopata Americano (2000)***Andreza S. C. Maynard¹

Filantropico
Samaritano
Generoso
Tão humano
Acumulando raiva e rancor
Altruísta
Complacente
Caridoso
Tão gente
Acumulando raiva e rancor

(“*Filantropico*”. Arnaldo Antunes, 1991)

RESUMO: O artigo reflete sobre o conceito de fetichismo de mercadoria a partir do filme *Psicopata Americano*, de Mary Harron, lançado em 2000. Apresentada por Karl Marx n’*O Capital*, a concepção de um “fetiche” que escamoteia o valor social do fruto do trabalho humano e intensifica a reificação das mercadorias, é explorada no texto para a observância de como o universo Yuppie (Young Urban Professionals/Jovens Profissionais Urbanos) encontra aí um elemento central. No texto, articulamos o período da narrativa, segunda metade da década de 1980, às transformações econômicas vividas nos EUA e observamos como a narrativa fílmica realiza alegorias às contradições do período.

Palavras-chaves: Fetichismo-Capitalismo-Cinema-Reagan-Estados Unidos

Commodity Fetishism and a serial Yuppie: History and Economy in Mary Harron’s American Psycho (2000)

ABSTRACT: This paper analyses the uses of the concept of Commodity Fetishism in America Psycho, a Mary Harron movie released in 2000. The article observes some aspects of Karl Marx's idea which basically means that commodities and money are just fetishes and people can't see the real thing about economics and society: that one class of people is exploiting another. In this work, the movie, mainly the Young Urban Professionals Universe (or just Yuppie) is analysed to exemplify the uses of the concept and to think about the reaganomics times. As such, the text reflects on the potentialities of the movie on the teaching and learning of economic and social history.

Keywords: Commodity Fetishism- Capitalism-Movies-Reaganomic-United States

Artigo recebido em 05/10/2014 e aceito em 20/10/2014

1. Introdução

Este texto analisa aspectos do fenômeno do fetichismo de mercadoria, observando as relações estabelecidas entre este conceito e o comportamento humano a partir do filme *Psicopata Americano* (*American Psycho*), produção do final do século XX, de Marry Harron. A motivação para tratar deste tema decorre da sua posição basilar na teoria exposta por Karl Marx (1818-1883) em sua principal obra – *O Capital*, de 1867. Segundo Marx, a arqueologia do capitalismo, a compreensão histórica do seu movimento de reprodução está intrinsecamente ligada ao fetichismo. A observância marxiana do capitalismo possui na teoria do fetiche de mercadoria um componente medular.

Por isto a escolha para a análise. O filme *Psicopata Americano* explora o universo carregado de preocupações com a aparência, com o culto ao consumo exercido na sociedade contemporânea. Nele o protagonista se cerca de artefatos eletrônicos considerados de última geração ao final dos anos 1980. Mas não é o telefone celular, caríssimo naqueles dias, o mais utilizado. É o walkman que mais aparece sendo explorado no filme, numa referência ao crescente individualismo que o aparelho simbolizou, ao *self made man* que deveria marcar a geração de jovens executivos saídos de Yale, Harvard e devotados a Wall Street. Há também o videocassete, e uma a sequência de filmes pornôs e clássicos do terror como *O massacre da serra elétrica*, o telefone sem fio, os caixas de autoatendimento (ATM). O fetiche de mercadoria aparece recorrentemente na película.

Sendo assim, propomos aqui uma leitura histórica da cinematografia, mas também reflexões sobre a proposta cinematográfica da história econômica. O filme é encarado neste artigo de modo semelhante ao que Michael Baxandall^{II} propõe em sua análise de obras renascentistas. Para este autor, é possível conceber as obras de arte como “fosseis da vida econômica” de uma sociedade.

Neste sentido, acompanhamos o caráter implosivo e expansivo que o conceito de fonte histórica adquiriu a partir do advento do chamado “Movimento dos Annales”, capitaneado por Marc Bloch (1886-1944) e Lucien Febvre (1878-1956), a partir de 1929^{III}^{IV}. Consideramos o filme não um reflexo puro e simples da realidade, não uma versão fidedigna do passado, mas como proveitosa fonte, uma espécie de espelho deformante como concebeu Carlo Ginzburg ou, para lembrar um precursor neste tipo de investigação, como uma contra-análise da sociedade^{VVI}. Antes, contudo, vamos ao filme.

2. Um Yuppie Psicopata

Patrick Bateman (Christian Bale) é um típico executivo nova-iorquino. Ele ocupa a posição de vice-presidente na empresa paterna de investimentos. Respira o universo competitivo dos jovens executivos que antes mesmo dos 30 anos se tornam milionários. Bateman usa ternos caros, gasta tempo considerável cuidando de si, talha o corpo com exercícios (ele afirma fazer mil abdominais por dia) e preocupa-se com a pele, regada com um arsenal de cosméticos todos os dias^{VII}. Namora uma bela e rica mulher (Reese Witherspoon), unicamente preocupada com o luxo e as festas caras. Mas Bateman apenas tolera as pessoas ao seu redor. Sempre que se encontra encurralado por compromissos sociais pouco atraentes ou por perguntas constrangedoras, ele retruca com uma desculpa clássica, ao menos para os anos 1980: “eu tenho que devolver uns vídeos”.

PSICOPATA AMERICANO (2000)

ANDREZA S. C. MAYNARD

Porém, tudo isto não passa da cobertura que esconde um universo doentio. A mente de Bateman é permeada de delírios sanguinários. Ele mesmo afirma possuir apenas dois sentimentos: cobiça e ódio. Deste modo, o universo violento das caçadas por contas de clientes importantes e a intensa disputa entre os homens de hábitos caros aparecem no filme intercalados por explosões de fúria do protagonista, por um desejo assassino gradativamente indisfarçável.

Elegante, rico e perfumado, Bateman mata pessoas com prazer, elimina adversários sem piedade. Toda esta gana do personagem serve para que Bret Easton Ellis, autor do romance que inspirou o filme, possa realizar a crítica ao modo apologético com que o American Way of Life era concebido e para questionar o culto ao neoliberalismo feroz defendido pela política econômica de Ronald Reagan (1911-2004) sob inspiração de celebrados economistas como Milton Friedman (1912-2006) e Frederick Hayek (1899-1992). O personagem é o representante típico da geração *Yuppie* (Young Urban Professionals ou Jovens Profissionais Urbanos), uma espécie de resposta dos anos 1980 aos hippies dos anos 1960 e 1970. Com a ascensão *Yuppie*, em lugar de protestos contra a Guerra do Vietnã (1955-1975), há comentários superficiais, milimétricos e cínicos sobre o Afeganistão (1979-1989). À certa altura, Bateman quase declama o seguinte discurso, com um indisfarçável desdém:

Well, we have to end apartheid for one. And slow down the nuclear arms race, stop terrorism and world hunger. We have to provide food and shelter for the homeless, and oppose racial discrimination and promote civil rights, while also promoting equal rights for women. We have to encourage a return to traditional moral values. Most importantly, we have to promote general social concern and less materialism in young people.

Neste novo grupo social, o visual despojado da juventude sessentista abre espaço para uma verdadeira obsessão por grifes como Jean Paul Gautier, Valentino, Oliver People e Armani. Em lugar de fazendas como Woodstock, os novos palcos são bares e restaurantes como o Dorsia, o Barcadia, o Texarkana e o Harry`s Bar. As drogas também são outras e o LSD dá lugar à cocaína, cara e consumida por yuppies engravatados em banheiros de *nightclubs*.

Como se vê, o filme, embora produção de 2000, esforça-se para estabelecer a reconstituição histórica de um momento estratégico da vida econômica norte-americana, com a dificuldades dos EUA para conter os avanços japoneses sobre sua indústria de eletrônicos e mesmo sob um bem de consumo icônico, o setor automobilístico. “Os japoneses serão donos deste país no final dos anos 90”, afirma um dos *White Collar* colega de Bateman.

Pelas referências - há inclusive um discurso televisivo de Ronald Reagan sobre o escândalo Irã-Contras - a trama ocorre pouco tempo antes da crise na Bolsa de NY de 1987. De certo modo, o acúmulo de situações que anunciam o colapso de Bateman estabelece um curioso paralelo com os rumos da chamada *Reagonomic*, a política econômica implementada por Reagan, que pouco depois também entraria em colapso.

Desde a sua posse como 40º presidente norte-americano, em janeiro de 1981, o ex-ator de Hollywood investiu numa política econômica voltada para o estímulo à oferta e a diminuição do “problema Governo” na economia. Esta estratégia gerou problemas que, pouco perceptíveis antes da reeleição de Reagan, já não podiam ser escondidos tão facilmente em meados do seu segundo mandato (1985-1989).

PSICOPATA AMERICANO (2000)

ANDREZA S. C. MAYNARD

Ao mesmo tempo, enquanto realizava cortes com gastos sociais, a gestão Reagan ampliou a faixa do orçamento relativa à defesa. O desequilíbrio nas contas federais passou a preocupar, sendo que em nome da “economia da oferta” a dívida nacional saltou para 2400 bilhões de dólares, mais do que dobrando entre 1981 e 1987. Junte-se a isto uma grave crise agrícola, além de uma taxa de desemprego em torno de 10%. O quadro se tornava ainda mais agudo pela necessidade de não menos do que 192 bilhões de dólares apenas para o pagamento de juros anuais^{VIII}.

Daí a desconfiança com que, no filme, os yuppies reunidos em um caro restaurante assistem ao discurso de Reagan sobre a crise envolvendo os Contra da Nicarágua. Um dos moços, Timothy Bryce (Justin Theroux), declara: *He makes himself out to be a harmless old codger, but inside... inside...* Enquanto Bateman responde para si mesmo: *"but inside" doesn't matter*. Nada interessava além da superfície, além da epiderme, além da etiqueta. O predomínio da aparência parece algo claro para Bateman, que se percebe como alguém que não oferece nada mais do que uma aparência confiável.

O “Inside doesn’t matter” de Bateman estabelece algo próximo da empatia entre o serial killer yuppie e o presidente caubói. De certa forma, a mente assassina entende as falsas declarações de Reagan, compreende a sua necessidade de fingir, de esconder os verdadeiros sentimentos. Neste ponto, o filme deixa ainda mais evidente a força que a aparência ocupa no mundo de Bateman. A coisificação das relações sociais impõe a leitura de que o que importa é o quanto você tem, não quem você é. *Quem é menos do que o parece ser*.

O protagonista concentra todas estas expectativas e desabafa sobre o vazio gerado, a falta de uma meta maior na vida. A completa ausência de sentido aparece nos comentários quase decorados de críticas sobre discografias de bandas como Huey Lewis and The News (autores da clássica canção *The power of love*, hit do filme *De volta para o futuro*) e Genesis, pouco antes de trucidar suas vítimas. É apenas sobre este assunto que Bateman consegue manter uma sequência de falas sem mostrar irritação, é nestes quase monólogos sobre os méritos artísticos de Whitney Houston, Phil Collins e outros ícones da Pop Music dos anos 1980 que Patrick desenha alguma cordialidade antes de explodir em raiva.

3. O fetichismo de mercadoria

Mas o que vem a ser o fetiche? Fetiche, galicismo derivado de *fétichisme*, apresenta sentidos diversos. Todos, porém, parecem ligados ao sentido de adoração:

- (1) Objeto material venerado como um ídolo por alguns povos selvagens (2) pessoa a que se venera e obedece cegamente (3) perversão sexual em que o paciente associa as suas sensações eróticas a uma parte da pessoa amada ou objeto de uso dela^{IX}.

Marx apropria-se dessa terminologia religiosa e traça paralelos entre o mundo religioso e o mundo do capital. Comparações estas que são aproveitadas para questionar a suposta vida própria das mercadorias. Vida esta que, como no abstrato mundo da religião, parece motivada por fatores extrínsecos ao ser humano, a quem só resta a veneração. Através dessa ideia de veneração, Marx aponta uma outra: a de mascaramento nas relações sociais afirmando que

- O que aqui reveste, aos olhos dos homens, a forma fantasmagórica de uma relação entre objetos materiais não é mais que uma relação social concreta estabelecida entre os mesmos homens^X.

PSICOPATA AMERICANO (2000)

ANDREZA S. C. MAYNARD

Tal mascaramento, desenvolvendo-se, encerra uma “reificação” das relações sociais. Deste modo, no capitalismo plenamente desenvolvido a mercadoria incorpora valor independente da quantidade de trabalho social necessária à sua produção. A mercadoria adquire, assim, uma característica supra histórica. Consequentemente impera a veneração ao produto. É o que se pode ver todo o tempo em *Psicopata Americano*.

Ciente desta veneração, Marx realiza a crítica da Economia Política clássica. Esta última, conforme o pensador alemão, é acusada de naturalizar as práticas correntes no capitalismo. A redução do valor-de-troca à esfera da cotação de câmbio é um exemplo disto. N’*O Capital*, Marx explica que:

Se estas pudessem falar, diriam: é possível que nosso valor de uso interesse ao homem, porém o valor de uso não é atributo material nosso. O inerente a nós, como tais coisas é nosso valor. Nossas próprias relações de mercadorias o demonstram. Nós só nos relacionamos umas com as outras como valores de troca.
XI

N’*O Capital* assistimos ao esforço de Marx a fim de comprovar que desvendar o fetiche implica no desmonte da ideologia que aloja o ser humano, dentro do processo de circulação de mercadorias, como mero executor de leis hipoteticamente superiores a ele. Ou seja, investigar o fetichismo de mercadoria conduz à possibilidade de desconstrução da naturalidade aparente da realidade, resgatando assim a sua condição histórica.

Entretanto, tal “resgate” não é simples. A mercadoria é algo bifurcado – apresenta-se, ao mesmo tempo perceptível e impalpável. Uma característica definida pelo próprio Marx como “misteriosa”. Na mercadoria, o trabalho socialmente válido é escamoteado. Graças a isto, a relação entre produtores (onde justamente assistimos à afirmação do caráter social do trabalho) é disfarçada, deslocada para uma relação entre produtos do trabalho. A névoa que circunda a mercadoria ocorre simplesmente para encobrir as características sociais do próprio labor humano, apresentado-as como características materiais e propriedades sociais inerentes aos produtos do trabalho.

Além disto o resgate, o desvendamento, por si só, não solapa o fetiche. Algo compreensível quando atentamos para o quanto este caráter fetichista impregna o mundo capitalista. A “coisificação” das relações sociais sofreu um recrudescimento considerável, desde os primeiros momentos do capitalismo até os dias atuais (é sempre bom lembrar que Marx reflete sobre o fetichismo num momento ainda “embrionário” do fenômeno).

4. Fetiches de um psicopata

No filme, uma das sequências a explorar tal coisificação é o duelo de cartões de visita realizado entre Bateman e seus colegas. A cada cartão melhor que o seu, o protagonista amplia o desconforto e o esforço para conter a fúria. Ao ver o cartão de Paul Allen (Jared Leto), um colega de trabalho, ele pensa indignado: “a espessura exata. Meu Deus, tem até marca d’água!”.

Assim sendo, embora descoberto o fetiche, ainda que desvendado o fenômeno, o que interessa, na prática, àqueles que fazem parte do processo de circulação de mercadorias é saber o quanto destas poderão receber pelas que possuem. O que interessa, portanto, é essa proporção. Na película Bateman mata Paul Allen com um machado. Entretanto, não é tal selvageria que o incomoda. O assassinato, inclusive, é realizado em seu apartamento, mas com o piso devidamente coberto para evitar manchas de sangue e com Patrick usando uma capa de chuva, de forma a não sujar o seu terno caro. Nada disso

PSICOPATA AMERICANO (2000)

ANDREZA S. C. MAYNARD

perturba o protagonista. Seu assombro somente aparece quando ele descobre que o apartamento do colega morto era melhor localizado e mais caro do que o dele.

No fetiche, a coisa, o produto, a mercadoria, aparece como sujeito do processo. E como “*se encerrasse uma alma no corpo*”^{XII}, a mercadoria, que materializa capital, gera novo capital incessantemente. Deste modo, o capitalismo mostra uma das suas faces aparentemente mais misteriosas: a que sugere que ele, por si, teria a capacidade, o dom de criar valor e de se autoproduzir.

Contudo, essa paisagem nebulosa se desfaz quando Marx mostra que:

Todo o misticismo do mundo das mercadorias, todo o encanto e o mistério que envolvem os produtos do trabalho baseados na produção de mercadorias se desmancham tão pronto como os deslocamos a outras formas de produção.^{XIII}

Assim sendo, um olhar a partir da história revela que, por exemplo, na sociedade feudal as relações entre as pessoas não aparecem dissimuladas em relações entre as coisas. O medievo apresenta relações pessoais diretas, ao contrário daquilo o que passa a ocorrer desde os primeiros momentos do capitalismo, onde

O produtor individual só trata com os outros homens através do ‘mercado’, onde preços e quantidades vendidas constituem as realidades substanciais e os seres humanos meramente seus instrumentos.^{XIV}

No fetichismo de mercadoria temos a inversão de um processo. Antes, o homem subordinava a produção. Agora, ocorre o contrário. No capitalismo impera a sociedade onde a forma mercadoria, seu ponto de partida, seu elemento mínimo, se generaliza e assume um caráter sagrado. No filme, Patrick Bateman realiza um esforço frequente para impor às pessoas ao seu redor seu padrão de corpo, sugerindo dietas e criticando as roupas da secretária ou explicando a relevância de determinada grife.

A forma acabada do universo das mercadorias é a forma dinheiro. É desta última a responsabilidade por dissimular as relações sociais entre os produtores particulares, criando a ideia de que o mundo das mercadorias é um mundo de iguais. O filme provoca o espectador através das contradições daí decorrentes: cartões de créditos usados para enfileirar cocaína, os remédios controlados usados por Bateman para mantê-lo dentro do padrão comportamental esperado, o seu discurso politicamente adequado sobre combater a fome no mundo, a sua luta para parecer polido quando o desejo é de arrancar a cabeça do rival no trabalho ou da oriental que estragou seu lençol na lavanderia.

No capitalismo, cabe lembrar, o trabalhador, tendo a sua capacidade de trabalho alienada, recebe o dinheiro que possibilitará consumir algo que ele já produziu. Contudo, isto é visto como natural. E qualquer apelo em mostrar a sua dessemelhança histórica é prontamente refutado pela Economia Clássica, com a argumentação de que formas econômicas anteriores ao capitalismo são modelos inacabados do primeiro. Como observa Sweezy:

A loi naturelle dos fisiocratas, a mão invisível de Adam Smith, sua fé comum na prudência do laissez-faire como política econômica, tudo isto atesta uma crença profunda no caráter impessoal e automático da ordem econômica.^{XV}

Portanto, o capitalismo, ou como chamou Marx, este “diabo”, este “vampiro” que suga as energias do trabalho vivo, mostra as suas presas ensanguentadas no mundo das mercadorias. Nele, o poder do fetiche transforma produtos em objetos de desejo, ingredientes poderosos da alienação.

E a veneração do trabalhador por produtos (muitas vezes frutos das suas próprias mãos), estabelece o invólucro, não o trabalho, como ponto de vista essencial. Daí, nos dias de hoje, não serem tão irreais assim as possibilidades de alcance do fetiche. No capitalismo amadurecido, o fetichismo surge sem inibição alguma. Em *Psicopata Americano*, os

PSICOPATA AMERICANO (2000)

ANDREZA S. C. MAYNARD

personagens agem como se tudo pudesse ser comprado. Não por acaso Bateman acena com dinheiro e limusine para convencer uma prostituta que já havia agredido a novamente se juntar a ele num *ménage a trois*. Em outra sequência, quando Bateman carrega o que seria o corpo de Paul Allen num saco de dormir, é surpreendido por Luis Carruthers (Matt Ross), um colega do trabalho. A pergunta não é sobre o que ele faz carregando um corpo embrulhado num saco no meio da noite: *Patrick, where did you get that overnight bag?* Bateman responde rispidamente: *Jean Paul Gaultier*. É justamente o que constitui o fetiche: o domínio da aparência enquanto verdadeira nas relações sociais.

5. Reagonomics, cortes e mortes

Os grandes cortes fiscais anunciados pela *Reagonomic* atingiram as camadas mais pobres de maneira dolorosa. Enquanto em 1978 as famílias mais humildes tinham cerca de 4% do seu orçamento comprometido com impostos, em 1984 esse índice subiu para 10%. Também entre os mais pobres, os tais cortes nos benefícios geraram uma perda de cerca de 410 dólares nos benefícios em troca de 20 dólares anuais em cortes de impostos^{XVI}. Como observou Eric Hobsbawm, a década de 1980 obrigou muitos países desenvolvidos a se acostumarem com a visão de sem teto, de mendigos. “Em qualquer noite de 1993 em Nova York, 23 mil homens e mulheres dormiam na rua ou em abrigos públicos”. Esta população não mais invisível, representava

Uma pequena parte dos 3% da população da cidade que não tinha teto, num ou noutro momento dos últimos cinco anos, um teto sobre a cabeça.^{XVII}

E o que faz Bateman quando encontra um sem teto? Ele primeiro pergunta: Por que perdeu o emprego? Ele zomba, menciona a fome e o frio que o homem negro, protegido por uma caixa de papelão e um vira-lata, afirma estar sentindo. Depois, retira uma faca da valise e golpeia o indigente duas, três vezes. Em seguida, pisoteia o cachorro. E segue seu rumo como se nada tivesse acontecido. Como uma espécie de Jack Estripador do século XX, ele caminha pela noite à caça de miseráveis e prostitutas. E como parte da sociedade vitoriana, Bateman culpa os pobres por serem pobres, naturaliza tal condição social. E a cada novo surto ele percebe que, assim como os balanços do próprio Governo norte-americano e de agências de risco, não seria possível disfarçar a iminência do colapso por muito mais tempo. O personagem esclarece a sua deficiência de humanidade, a sua incapacidade para amar o outro, a completa ausência de preocupações morais:

I have all the characteristics of a human being: blood, flesh, skin, hair; but not a single, clear, identifiable emotion, except for greed and disgust. Something horrible is happening inside of me and I don't know why. My nightly bloodlust has overflowed into my days. I feel lethal, on the verge of frenzy. I think my mask of sanity is about to slip.

Em meios aos seus delírios psicóticos, Bateman se desespera ao perceber que não consegue mais se esconder. Em mundo regido por aparências, ele não consegue manter a mais adequada. A sua sanidade se esvai no decorrer da trama, levando o espectador a questionar o quanto daquilo que o protagonista narra aconteceu e o que é posto no filme como produto da mente de Bateman, nada mais do que um delírio produzido por sua personalidade insana. Ou seja, os próprios assassinatos vistos na película são eles, também, aparentes.

PSICOPATA AMERICANO (2000)

ANDREZA S. C. MAYNARD

A crítica ao consumo desenfreado presente em *Psicopata Americano* comporta referências a outro filme, lançado um ano antes, *Clube da Luta* (Fight Club, 1999), de David Fincher. Nesta trama o personagem de Tyler Durden (Edward Norton/Brad Pitt) também busca satisfação em produtos caros, nas compras dos catálogos, nas lojas sofisticadas. Como observa Frederico Coelho,

Atos transgressores por parte de diferentes setores e gerações da população mundial são postos em relação direta com consumo desenfreado de objetos de consumo voltados apenas para a reificação de valores como a violência, o preconceito ou a simplificação das complexidades de se viver em sociedade.^{XVIII}

Como Bateman, Durden sofre de distúrbios na personalidade. Tais personagens ajudam a ilustrar como no últimos anos do século XX trazem consigo psicoses diversas que atingem ferozmente aqueles que se habituaram com a crença de coisificação das relações humanas. A saída, em ambos os filmes, é a violência. Mas se no caso de *Clube da Luta*, ela se encaminha para a organização de milícias, em *Psicopata Americano* o desespero de Bateman está na solidão dos seus atos, na certeza constrangedora de que, como é endinheirado, bem criado, bem vestido, como ele *parece* ser um homem de bem, jamais será pego ou levado a sério. A gargalhada do seu advogado revela a incredulidade diante dos atos sanguinários aparentemente cometidos pelo yuppie.

6. Considerações Finais

O filme *Psicopata Americano* apresenta elementos que permitem refletir sobre os agenciamentos do conceito de fetichismo de mercadoria, podendo assim ser um proveitoso recurso pedagógico no ensino da história econômica. Mas, além disto, a mesma obra oferece ao pesquisador elementos instigantes para se questionar o passado, considerando o seu potencial de fóssil da vida econômica.

As representações produzidas em torno do universo yuppie instigam perguntas sobre os anos de forte defesa do neoliberalismo e as facetas da *Reaganomic*. As alegorias do filme aos descaminhos da economia norte-americana dos anos 1980 ajudam a pensar sobre as razões para o avanço crescente na desigualdade social desde a implantação da “economia da oferta”.

Se os pobres dependem de yuppies como Bateman, o que será deles? É tentador fazer esta pergunta no decorrer do filme de Mary Harron. Contudo, além deste aspecto, a obra apresenta elementos do debate sobre a agudização do materialismo e do individualismo como características inatas aos seres humanos. A crítica da película ao profundo fetichismo de mercadoria que marcou e ainda marca o mundo contemporâneo propõe questionamentos sobre as condutas adotadas no cotidiano. Os assassinatos realizados por Bateman aparecem como surreais aos seus amigos justamente por sua posição social e, ao mesmo tempo, o esforço para não ver o quão demente ele é revela o cinismo que a redução das relações sociais ao universo da forma dinheiro pode provocar. E se todos os fatos encaminhavam a certeza de que sob a aparência de elegância e sucesso havia um serial killer, um yuppie frio e psicótico, em lugar do grito e do horror, sempre se podia dizer: “eu tenho que devolver uns vídeos”.

PSICOPATA AMERICANO (2000)

ANDREZA S. C. MAYNARD

Notas

^I Doutora em História pela UNESP/Assis. Bolsista DCR da FAPITEC. Pós-Doutoranda em História pela Universidade Rural de Pernambuco. Email: andreza@getempo.org

^{II} BAXANDALL, Michael. O Olhar Renascente: pintura e experiência na Itália da Renascença. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1991, p.11-35.

^{III} BURKE, Peter. A Escola de Annales: A Revolução Francesa da historiografia (1929-1989). São Paulo: UNESP, 1991

^{IV} BURGUIÈRE, A. Anais (Escola dos). Dicionário das Ciências Históricas. Rio de Janeiro: Imago, 1993. p. 49-54.

^V FERRO, Marc. Cinema e História. São Paulo,: Paz e Terra, 2010.

^{VI} ROSENSTONE, Robert. A história nos filmes, os filmes na história. São Paulo: Paz e Terra, 2010.

^{VII} Nas palavras do personagem: *I live in the American Gardens Building on W. 81st Street on the 11th floor. My name is Patrick Bateman. I'm 27 years old. I believe in taking care of myself and a balanced diet and rigorous exercise routine. In the morning if my face is a little puffy I'll put on an ice pack while doing stomach crunches. I can do 1000 now. After I remove the ice pack I use a deep pore cleanser lotion. In the shower I use a water activated gel cleanser, then a honey almond body scrub, and on the face an exfoliating gel scrub. Then I apply an herb-mint facial mask which I leave on for 10 minutes while I prepare the rest of my routine. I always use an after shave lotion with little or no alcohol, because alcohol dries your face out and makes you look older. Then moisturizer, then an anti-aging eye balm followed by a final moisturizing protective lotion.*

^{VIII} LOWE, Norman. História do mundo contemporâneo. 4 ed. Porto Alegre: Penso, 2011, p. 520.

^{IX} AULETE, Caldas. Dicionário Contemporâneo da Língua Portuguesa. 2 ed. Nov. ver. atu. aum. Rio de Janeiro: Editora Delta, 1964. V. III

^X MARX, Karl. El Capital: crítica de La Economía Política. Panuco, Mexico: Fondo de Cultura Economica, 1946 (Libro I, El Proceso de Produccion del Capital), T I, V. I, p.81

^{XI} Idem, p.92

^{XII} Idem, p.218

^{XIII} Idem, p. 84-85

^{XIV} Cf MARX, op. cit, p. 85-86; SWEEZY, 1973, p. 64

^{XV} SWEEZY, Paul M. O Problema do Valor Qualitativo. Teoria do Desenvolvimento Capitalista. 3 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1973 (Biblioteca de Ciências Sociais), p. 65.

^{XVI} LOWE, 2011, p. 518

^{XVII} HOBBSAWM, Eric. A Era dos Extremos: o breve século XX (1914-1991). Companhia das Letras, 1995, p. 396.

^{XVIII} COELHO, Frederico O. Revolução comportamental no século XX. In: SILVA, Francisco Carlos Teixeira da. (Org.) O século sombrio: uma história geral do século XX. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.p. 327

Bibliografia

Filmes

FINCHER, David. **Fifth Club** (Clube da Luta). EUA; 20th Fox Film, 1999. 139 min.

MARRON, Mary. **American Psycho** (Psicopata Americano). EUA: Lionsgate, 2000. 102 min.

Artigos e Livros

- AULETE, Caldas. **Dicionário Contemporâneo da Língua Portuguesa**. 2 ed. Nov. ver. atu. aum. Rio de Janeiro: Editora Delta, 1964. V. III.
- BARRACOLOUGH, Geoffey. **Introdução à História Contemporânea**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.
- BAXANDALL, Michael. **O Olhar Renascente**: pintura e experiência na Itália da Renascença. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1991.
- BURGUIÈRE, A. Anais (Escola dos). **Dicionário das Ciências Históricas**. Rio de Janeiro: Imago, 1993. p. 49-54.
- BURKE, Peter. **A Escola de Annales**: A Revolução Francesa da historiografia (1929-1989). São Paulo: UNESP, 1991.
- COELHO, Frederico O. Revolução comportamental no século XX. In: SILVA, Francisco Carlos Teixeira da. (Org.) **O século sombrio**: uma história geral do século XX. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.p.323-345.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Hollanda. **Pequeno Dicionário da Língua Portuguesa**. 11 ed. Rio de Janeiro: GAMMA, 1990.
- FERRO, Marc. **Cinema e História**. São Paulo,: Paz e Terra, 2010.
- GALBRAITH, John K. **A Era da Incerteza**. 5ed. São Paulo: Pioneira,1983.
- HOBBSAWM, Eric. **A Era dos Extremos**: o breve século XX (1914-1991). Companhia das Letras, 1995.
- JUDT, T. **O mal ronda a Terra**: um tratado sobre as insatisfações do presente. Rio de Janeiro: Objetiva, 2011.
- LE GOFF, J. A história como ciência: o ofício do historiador. **História e Memória**. Campinas: UNICAMP, 1991.
- LOWE, Norman. **História do mundo contemporâneo**. 4 ed. Porto Alegre: Penso, 2011.
- MARX, Karl. **El Capital**: crítica de La Economia Política. Panuco, Mexico: Fondo de Cultura Economica, 1946 (Libro I, El Proceso de Produccion del Capital), T I, V. I.
- REZENDE, Cyro. **História Econômica Geral**. 3 ed. São Paulo: Contexto, 1997.
- ROSENSTONE, Robert. **A história nos filmes, os filmes na história**. São Paulo: Paz e Terra, 2010.
- SWEEZY, Paul M. O Problema do Valor Qualitativo. **Teoria do Desenvolvimento Capitalista**. 3 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1973 (Biblioteca de Ciências Sociais).