



DOI: <https://doi.org/10.23925/1982-4807.2025i38e72766>

## O Lobo de Wall Street como ilustração da moda e do design na era do capitalismo financeiro

Francisco Parente<sup>1</sup>

### Resumo

O artigo apresenta um debate sobre o esvaziamento da estética na moda e no design diante da futilidade contemporânea e do modo como o capital é gerado dentro do mercado financeiro. Em princípio se definirá a ascensão do design e da moda no capitalismo artista e sua importância simbólica para o consumidor contemporâneo. Após esta contextualização o artigo usará do filme O Lobo de Wall Street para ilustrar a maneira como o senso estético entra em crise em uma economia que gera valor a partir da especulação abstrata, gerando uma elite ignorante que só se preocupa em saciar suas pulsões inconscientes mais latentes para combater o irremediável mal-estar civilizatório descrito por Freud.

**Palavras-chave:** Capitalismo; Estética; Consumo; Moda; Mal-estar.

*The Wolf of Wall Street as an illustration of fashion and design in the era of financial capitalism*

### Abstract

This article presents a debate on the depletion of aesthetics in fashion and design in the face of contemporary futility and the way capital is generated within the financial market. It will initially define the rise of design and fashion in artistic capitalism and their symbolic importance for the contemporary consumer. After this contextualization, the article will use the film The Wolf of Wall Street to illustrate how the aesthetic sense enters crisis in an economy that generates value from abstract speculation, creating an ignorant elite concerned only with satisfying their most latent unconscious drives to combat the irremediable civilizational malaise described by Freud.

**Keywords:** Capitalism; Aesthetics; Consumption; Fashion; Discontent.

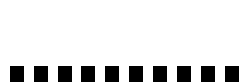
*El lobo de Wall Street como ilustración de la moda y el diseño en la era del capitalismo financiero*

### Resumen

Este artículo presenta un debate sobre el agotamiento de la estética en la moda y el diseño ante la futilidad contemporánea y la forma en que se genera el capital en el

---

<sup>1</sup> Possui graduação em Comunicação Social pela Fundação Armando Álvares Penteado (2018), especialização em Filosofia pela Universidade Estácio de Sá (2020), mestrado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2020) e atualmente é doutorando no programa de comunicação e semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo como bolsista CNPq. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Teoria da Comunicação, atuando principalmente na pesquisa de gêneros cinematográficos e cinema hollywoodiano. Professor da Uninove e Coordenador do grupo de pesquisa Cultura do Consumo, Sociedade e Tendências no Laboratório de Política, Comportamento e Mídia da Fundação São Paulo/PUC-; <https://orcid.org/0000-0002-5084-4143>; [etruri.parente@gmail.com](mailto:etruri.parente@gmail.com)



# Artigo



mercado financiero. Inicialmente, definirá el auge del diseño y la moda en el capitalismo artístico y su importancia simbólica para el consumidor contemporáneo. Tras esta contextualización, el artículo utilizará la película El lobo de Wall Street para ilustrar cómo el sentido estético entra en crisis en una economía que genera valor a partir de la especulación abstracta, creando una élite ignorante preocupada únicamente por satisfacer sus impulsos inconscientes más latentes para combatir el irremediable malestar civilizatorio descrito por Freud.

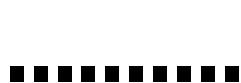
**Palabras clave:** Capitalismo; Estética; Consumo; Moda; malestar.

## INTRODUÇÃO

A relação entre a moda e a mercadoria é marcada por uma dubiedade evidente e essencial, na mesma medida em que a moda se converte em um instrumento de poder que visa a distinção social e a exclusão do outro, essa relação também pode trazer uma lógica de empoderamento e contestação social por parte daqueles que usam desta enquanto meio de expressão político. Tanto marcas de luxo, como movimentos artísticos e comportamentais passam inevitavelmente pelo crivo da estetização do mundo, conforme Gilles Lipovetsky defende (2015, p.236). Esta estetização anunciada pelo pensador francês não se resume apenas ao âmbito midiático da indústria cultural, ela também se estende para todos os outros âmbitos da vida onde há o consumo, e é neste meio de campo onde a moda atua, fazendo por vezes o jogo do capital e em outros momentos dando vazão legítima a expressividade popular que não deixa de estar inserida na lógica mercantil da modernidade capitalista.

No entanto, por mais que este capitalismo artista de fato tenha uma notória dubiedade (LIPOVETSKY, 2015, p.421 – 22), conforme foi anunciado acima, é inegável que tal estetização está inserida em uma lógica mercantil capitalista e sua produção massificada tende a atender aos interesses daqueles que a produzem e daqueles que lucram com elas a partir do mercado financeiro, sendo assim, é importante nutrir certa desconfiança diante de manifestações estéticas que carregam em sua origem a mais-valia e a fetichização denunciadas por Marx, uma vez que todo consumo implica em produção e toda produção implica em consumo (MARX, 1974, p.116).

Neste sentido, alinhado a esta perspectiva de desconfiança diante da exploração capitalista através da estetização do mundo, este artigo se servirá o



# Artigo



filme *O Lobo de Wall Street*, dirigido por Martin Scorsese, para conduzir este debate sobre o esvaziamento da moda e da estética por conta de uma finalidade mercadológica. O filme em questão foi escolhido por denunciar a futilidade das elites financeiras americanas e o luxo enquanto um véu que encobre o verdadeiro desejo de saciar pulsões irracionais. A partir desta obra cinematográfica ir-se-á analisar a dialética relação da construção de significado no consumismo, uma vez que ao mesmo tempo que o signo se converte em um ativo de consumo, ele também é esvaziado do seu significado, sendo reduzido a uma mercadoria genérica e simbolicamente empobrecida.

No entanto, antes de adentrarmos na obra cinematográfica em questão e analisarmos como o olhar de Scorsese contribui para este debate, é preciso definir o lugar que a estética ocupa dentro da produção capitalista.

## A ESTÉTICA DA MERCADORIA

Em princípio é fundamental compreender que embora estejamos vivendo em um mundo hiperestetizado, em que o capitalismo consegue estimular o consumo a partir das formas artísticas, é evidente que a finalidade do capital não é transformar o mundo em um lugar mais belo, caso contrário não calcaria o motor de sua produção na exploração do meio ambiente e não apostaria por vezes na estética kitsch para seduzir o gosto mais popularesco. Sendo assim, qual é o espaço que a instrumentalização do belo ocupa no mundo burguês? Wolfgang Haug argumenta que o valor estético é apenas uma isca para o único valor que realmente importa, o de troca:

O valor de uso estético prometido pela mercadoria torna-se então instrumento para se obter dinheiro. [...] Nesse contexto, o aspecto sensível torna-se portador de uma função econômica: o sujeito e o objeto da fascinação economicamente funcional. Quem domina a manifestação, domina as pessoas fascinadas mediante aos sentidos. Desse modo desde os primórdios do capitalismo, na relação de interesses de troca, a tendência para a tecnocracia da sensualidade situa-se economicamente na subordinação do valor de uso ao valor de troca. Uma vez que, como desdobramento da produção privada de mercadorias, produz se essencialmente valores de troca e não “meios de sobrevivência” essencialmente sociais – meios para a satisfação das necessidades –; uma vez que as qualidades das



# Artigo



mercadorias, que correspondem às necessidades dos futuros consumidores, não passam, portanto de um meio para se atingir um fim – a realização do valor de troca – vale o que o jovem Marx acentuou com veemência nos Manuscritos parisienses: “todo produto é uma isca, com a qual se pretende atrair para junto de si a essência do outro, seu dinheiro”, a única coisa importante para o ponto de vista do valor de troca (HAUG, 1996, p. 27).

Portanto, fundamentalmente, a estética passa a existir no capitalismo enquanto uma finalidade pragmática para além do seu valor de uso, isto é, a estética não tem um valor em si mesmo, sua existência só é validada a partir do valor de troca que posteriormente validará todo o processo de produção e consumo, uma vez que a ação da estética por ela mesmo sobre o indivíduo ou o grupo que a consome importa menos para o capital do que sua utilidade financeira que mantém a roda da produtividade funcionando.

Deste modo o aspecto artístico do capitalismo está menos comprometido com a realização de a obra de arte propriamente do que com uma inteligência de *marketing* que pensa na embalagem e na forma dos produtos de um modo cativar seus consumidores e induzi-los a acreditar que eles estão consumindo algo para além do produto em si, que de fato há um ganho estético e simbólico ao adquirir tal mercadoria (HAUG, 1996, p.75).

Entretanto, mesmo que a denuncia de Haug sobre o valor diminuto da estética diante do valor financeiro seja verdadeiro, é inegável que o apelo estético ao consumo está além de uma simples forma bela que seduz seu comprador, também deve-se salientar que os objetos formam um sistema semiótico particular que transforma o consumidor contemporâneo em um arranjador responsável por ornamentar o ambiente em que vive e construir correspondências harmônicas entre os objetos (BAUDRILLARD, 2012, p.32). Deste modo, não é apenas a forma em si da mercadoria que passa a pesar para o momento do consumo, mas também como ela se encaixará em um sistema de objetos mais amplos que deverão se harmonizar com ela. Os ambientes que vivemos passam a ser constituídos pela lógica estética do consumo.

Contudo, para além deste aspecto fundamental do pragmatismo capitalista que envolve a estetização da mercadoria, também é importante



# Artigo



observar que o consumismo é afetado por uma mentalidade moderna que funda um entendimento que o mundo deve se renovar e se metamorfosear constantemente, sempre buscando o aprimoramento e a ruptura com um passado ultrapassado e *démodé*. Eis a essência da moda para Jean Baudrillard e o modo como ela se encaixa neste sistema de produção que descrevemos acima:

Não há moda a não ser no quadro da modernidade. Isto é, num esquema de ruptura, de progresso e de inovação. Em qualquer contexto cultural, o antigo e o “moderno” se alternam significativamente. Mas só para nós existe, depois das Luzes e da Revolução Industrial, uma estrutura histórica e polêmica de mudança e de crise. Ao que parece, a modernidade instala simultaneamente o tempo linear, o do progresso técnico, da produção e da história, e um tempo cíclico, o da moda. Contradição aparente, porque na verdade a modernidade nunca é ruptura radical. A tradição não é mais a preeminência do antigo sobre o novo: ela não consegue nem um nem outro – é a modernidade que inventa os dois ao mesmo tempo, subitamente, ela é sempre, de modo simultâneo, neo e retrô, moderna e anacrônica. Dialética da ruptura, ela se torna muito rapidamente dinâmica do amálgama e da reciclagem. [...] A modernidade não é a transmutação dos valores; ela é a comutação de todos os valores, é a sua combinatória e a sua ambiguidade. A modernidade é um código e a moda, seu emblema (1996, p.115)

Para Baudrillard a invenção moderna do retrógrado e do progresso deve ser respaldada em um aspecto simbólico que acaba sendo exercido pela moda, isto é, ela tem a função de definir os padrões que estão atualizados e desatualizados dentro da sociedade de consumo. Nesta lógica é como se a moda existisse para atender a uma nova mentalidade simbólica que se formou no período moderno, que teve a necessidade de definir os marcadores de diferenciação temporal entre o antigo e o novo. Em uma configuração capitalista da modernidade esta dinâmica só faria sentido a partir de uma simbolização que passasse pelo espectro mercadológico, estabelecendo esta dialética entre o ultrapassado e a vanguarda como um ativo de consumo simbólico que acaba sendo mais efetivo em sua sedução do que o valor de uso em si.

A grande vantagem da moda enquanto ativo de consumo, segundo Baudrillard, é que ela prevê uma flutuação de signos que a todo momento se



# Artigo

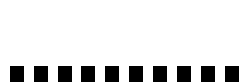


alteram e se transformam, sempre se renovando, como um sistema universal em que todas as possibilidades lá estão e sempre poderão voltar a serem relevantes para atenderem a todos os públicos possíveis (1996, p.119). Então caímos mais uma vez na contradição já anunciada de uma simbolização dessimbolizada em que o único aspecto verdadeiramente sólido e estável são os dispositivos que permitem a produção, a reprodução e o consumo.

O fato de a moda existir como uma bússola que orienta o sujeito moderno em termos históricos, mesmo que em um sistema flutuante circular, evidencia que a moda existe para atender a uma profunda crise de identidade inaugurada pelo aspecto niilista da modernidade de desmistificação e desconstrução de toda e qualquer cultura ou tradição (Farias Junior, 2012, p. 116). Afinal, o processo de modernização de mundo se calca justamente pela promessa de reinvenção dele, prometendo uma concepção antropológica e uma nova sociedade. Contudo, é evidente que este novo horizonte teleológico sempre se constituiu como uma promessa não realizada ao longo da história moderna, e o que restou aos sujeitos modernos foi se equilibrar em uma corda bamba entre uma tradição falida e o sonho insubstancial de um futuro luminoso. É neste momento que o consumo aparece como uma ancora sólida para a construção da identidade, Featherstone descreve como o “estilo de vida” a partir do consumo passa a ganhar importância central na vida moderna:

A preocupação com o estilo de vida, com a estilização da vida, sugere que as práticas de consumo, o planejamento, a compra, a exibição dos bens e experiências de consumo na vida cotidiana não podem ser compreendidos simplesmente mediante concepções de valor de troca e cálculo racional instrumental.(...) Os novos heróis da cultura de consumo, em vez de adotarem um estilo de vida de maneira irrefletida, perante a tradição ou o hábito, transformam o estilo num projeto de vida e manifestam sua individualidade e senso de estilo na especificidade do conjunto de bens, roupas, práticas, experiências, aparências e disposições corporais, destinados a compor um estilo de vida (1995, p.123)

Sendo assim, compreendemos que o consumo aparece como uma força que busca dar coerência a vida moderna, em que o sujeito pode, ou acredita poder, “comprar” sua identidade e seu estilo de vida, não apenas pelos produtos em si, mas também por toda a carga semiótico que eles carregam, em um



# Artigo



sistema particular de correspondências estilísticas e estéticas em que o signo da mercadoria se transforme em um importante ativo de consumo.

Dado esta contextualização conceitual sobre o papel do consumo e da moda na dinâmica do capitalismo, seguiremos para nossa análise do filme *O Lobo de Wall Street* e a maneira como esta obra retrata estes temas a partir do capital financeiro e do comportamento animalesco das elites em meio a tanto luxo.

## O LOBO DE WALL STREET E A IMATERIALIDADE DA MERCADORIA

Para contextualizar o sistema econômico que o filme de Martin Scorsese, se passa é importante compreender que a economia financeirizada e neoliberal não limita sua geração de valor apenas com a produção de produtos concretos e reais, ele também consegue extrair ganhos do capital fictício, isto é, quando o próprio dinheiro é capaz de gerar dinheiro. Isso pode ocorrer por exemplo no caso dos juros, quando os bancos cobram dinheiro por terem emprestado dinheiro e um valor de 10 passa a se transformar em 15 ao voltar para o banco. Esses 5 a mais que foram gerados não tem nenhum respaldo real na realidade concreta, não houve a produção de uma mercadoria que valia esses 5, eles foram criados a partir do capital fictício dos juros (CAMARGO, 2009, p 53).

Em uma lógica semelhante dentro deste mesmo capitalismo financeiro ocorre com a bolsa de valores que também se vale de uma geração de valores sem respaldo material concreto. Uma empresa de tecnologia vendo suas ações ao preço de 10, se a especulação entorno de seus projetos aumentar e ela passar a ser mais procurada essa ação poderá passar a valer 15, caso ocorra o movimento inverso valerá 5. Mais uma vez não há um vínculo necessariamente real com aquilo que ela verdadeiramente produz, é um mercado e um capital que de certa maneira se sustenta em cima da especulação. Por este motivo volta e meia empresas anunciam reengenharias internas ou *rebrandings* que não alteram necessariamente a qualidade de sua produção real, mas que podem fazer com que especuladores do mercado olhem ela com bons olhos e isso valoriza suas ações (CAMARGO, 2009, p.79).



# Artigo

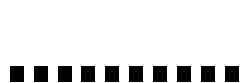


A financeirização da economia gera um deslocamento da concentração de capital que observamos na crítica marxiana, ao invés da classe burguesa estar concentrada naqueles que monopolizam os meios de produção, agora são os acionistas que detêm as ações das empresas e estão distantes da produção de mercadorias. Isso significa que os donos das fabricas e seus dirigentes se convertem em empregados dos acionistas que passam a concentrar o novo poder do capital. A grande desvantagem deste sistema é que o capitalista não está mais interessado na ampliação da indústria e na produtividade, uma vez que esse ganha é secundário em comparação com a financeirização, agora os acionistas estão preocupados em especular novos movimentos lucrativos do mercado sem se apegar a um único ramo. Os especuladores da bolsa buscam pela instabilidade e pela efemeridade para angariarem seus lucros.

Como se observa, os mercados financeiros se não operarem no sentido de auxílio no provimento de liquidez para as atividades produtivas, geram uma forte instabilidade na avaliação dos homens de negócios no que tange a confrontação que fazem entre um novo investimento produtivo – gerando com isto riqueza nova –, ou a aplicação em bolsa de valores, realizando apenas uma mera troca patrimonial de riqueza já existente, ou seja, riqueza velha. Keynes avalia que existe um forte componente especulativo e desestabilizador associado ao que ele denominou de “investidor profissional”. Para ele, esse investidor profissional busca antecipar a opinião geral causando com isto, um “efeito manada” em que todo o rebanho segue a direção determinada por uns poucos. Esse efeito tem a característica de influenciar o estado de expectativas ocasionando uma tendência para a freada do investimento produtivo e uma elevação da especulação na bolsa (CAMARGO, 2009, p. 80)

No filme *O Lobo de Wall Street* temos um ótimo exemplo desta lógica de especulação do mercado financeiro quando descobrimos que Jordan Belfort (Leonardo DiCaprio) e Donnie Azoff (Jonah Hill) compravam ações de empresas pequenas para posteriormente usarem sua corretora de ações a seu favor e inflacionarem o valor delas para poderem lucrar posteriormente com isso. É o caso do que eles fazem com a empresa “Steve Madden”, uma fabricante de calçados femininos que será alvo desta estratégia especulativa. Justamente no entorno deste momento da obra é que ocorre a cena central que inspirou a escrita deste artigo.





# Artigo

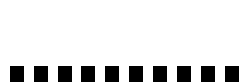


A cena em questão não é uma das mais marcantes da obra, mas sem dúvidas é uma das mais simbólicas no que diz respeito a sua denúncia sobre a maneira falaciosa que funciona o mercado especulativo de ações da bolsa. Após um icônico momento em que o coadjuvante Donnie Azoff tem uma espécie de epifania, enquanto estava completamente drogado, e começa a pronunciar constantemente o nome “Steve Madden”, um jovem designer que estava se destacando pelos seus icônicos sapatos femininos, nosso protagonista Jordan Belfort tem a ideia de usar desta situação para enriquecer mais ainda usando sua corretora de ações para promover a tal marca anunciada pelo amigo.

Então Jordan e Donnie convidam Steve para apresentar seu produto para os corretores de ações, uma vez que eles iriam vender pequenas parcelas de sua empresa, mas, surpreendentemente, estes o humilham e o rejeitam veementemente, demonstrando verdadeiro desprezo pelo designer e seu novo produto, a hostilidade da cena passa a ser constrangedora para o jovem empreendedor. Então Belfort literalmente entra em cena para lembrar aos seus funcionários que pouco importa qual é o produto em questão, ou toda a concepção estilística que envolvia os novos sapatos de Steve, o essencial daquela apresentação é que esta é a nova mercadoria que eles deveriam vender ações e ponto final.

Está atitude do protagonista do filme se alinha a lógica que escrevemos acima sobre o modo como o núcleo de concentração de capital e de poder é transformado no neoliberalismo. Steve, o dono da empresa tem menos poder do que Jordan o acionista majoritário e dono da corretora que fará com que suas ações sejam valorizadas. O poder do capitalismo financeiro está no capital fictício e no aspecto imaterial das mercadorias.

O que há de importante na cena que acabamos de descrever, é que ela evidencia o fato de toda a materialidade do produto e todo aspecto simbólico fundamental para os consumidores ser secundário para o mercado financeiro, pois sua exploração se ancora na especulação e na promessa de um lucro maior em um futuro incerto. Conforme o personagem de Matthew McConaughey diz no



# Artigo

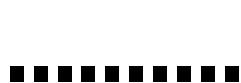


começo da obra, a função dos corretores é vender números abstratos para pessoas comuns e pegar o dinheiro delas.

Esta estratégia de Belfort, que comprou muitas ações da Steve Madden de maneira ilegal para poder enriquecer com a posterior valorização da marca, evidencia a irracionalidade do capitalismo financeiro em inflar determinadas marcas e produtos sem que eles de fato tenham essa importância na vida das pessoas. É um movimento artificial que manipula os consumidores sem que eles de fato tenham a inclinação espontânea para tal mercadoria. Isso significa que o campo do consumo contemporâneo é um lugar de testes, especulações e manipulações que usam dos consumidores como uma massa de manobra para sustentar o sistema de concentração de capital tal qual ele se apresenta. Os sujeitos que consomem compram ações acreditando que deste modo podem fazer parte do grande jogo financeiro sem perceber todo o grande mecanismo de manutenção social envolto dele.

Aqui nos deparamos com o vazio da estética e da moda. Este momento do filme revela não apenas o desprezo do mercado financeiro para com a materialidade das mercadorias que eles vendem as ações, mas também do fato da sociedade consumista estar completamente cega diante dos novos produtos que aparecem a elas, sejam em formas físicas ou em formas de ações. O plano de Belfort e Azoff foi um verdadeiro sucesso, seus corretores conseguiram fazer com que as pessoas comprassem as ações da Steve Madden valorizando muito seu valor no mercado financeiro. Neste momento percebemos a falta de crítica da sociedade norte-americana, pouco importa para eles todas as questões estéticas que envolvem o novo calçado, o que estava pesando em seus julgamentos era a valorização de um produto abstrato que poderia ser lucrativo no futuro.

Está cegueira estética que observamos no filme se deve a um anestesiamiento estético devido ao excesso de ofertas e a infinidade de variedades que vemos no mercado americano, tal abundância, muito bem retratada na obra, acaba gerando uma apatia diante das formas e das variedades, tudo parece ao mesmo tempo possível e passageiro, a estética se



# Artigo



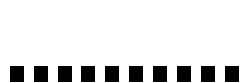
invisibiliza pelo excesso e não é mais capaz de afetar o indivíduo como fazia outrora. Este é o paradoxo do capitalismo artista.

Agora o artigo se debruçará sobre as perversões dos personagens para além da cortina de fumaça do luxo, entenderemos como que de maneira oposta a riqueza ostentada pelos milionários de *Wall Street*, esta mesma elite acaba se reduzindo aquilo que há de mais animalesco na experiência humana.

## O MAL-ESTAR NA SOCIEDADE DE CONSUMO E O EXCESSO

Diante do contraste que se observa no filme de Scorsese entre cenas escatológicas e momentos que se passam em ambientes luxuosos que parecem retirados de comerciais, é possível perceber que há uma tensão entre a civilidade de um lado e as pulsões animalescas de outro. Por mais que estejamos em um ambiente que se constrói majoritariamente pelo poder ostensivo do consumo, este excesso de bens materiais parece supérfluos diante dos desejos primitivos mais intensos que clamam dentro de nosso íntimo. Parece que o cineasta ao mesmo tempo que exalta a riqueza dos seus personagens não deixa de ridicularizá-los ao desnudá-los na frente das telas. Podemos tomar como exemplo a cena de apresentação do nosso protagonista em que ele sopra cocaína dentro do ânus de uma prostituta ou mesmo da esposa dele interpretada por Margot Robbie que é introduzida na história fazendo sexo oral nele quanto dirigia sua Ferrari.

Também podemos citar a cena em que eles fazem sexo em cima de uma cama toda coberta de dinheiro, mesmo que o gozo da transa nada tenha a ver com bens materiais, Scorsese faz questão de mostrar a relação entre os excessos, sejam eles materiais ou libidinosos. Está relação explorada pelo diretor enriquece nossos personagens por demonstrar a contradição entre aquilo que há de mais elitizado na sociedade de consumo americano, com o que há de mais baixo nos instintos humanos, como se essa busca por poder e dinheiro dos personagens do filme na verdade fosse apenas uma maneira de se atingir o gozo proibido pela cultura castradora. Aqui fica evidente que há uma grande



# Artigo



contradição entre a civilização tal qual ela se apresenta e os desejos dos indivíduos inseridos nela.

Neste ponto recorreremos a Freud para melhor compreendermos por que estes personagens que têm uma vida tão alinhada com o ideal civilizatório da sociedade de consumo norte-americana acabam por recorrer a hábitos e atitudes tão vis para poderem gozar em sentido pleno. Em princípio o pai da psicanálise, em sua obra *Totem e Tabu*, descreve como a moral seja ela em uma forma primitiva com o tabu ou em uma forma filosoficamente refinada como o imperativo categórico kantiano (FREUD, 2013, p.6) existem para combater um desejo que existe de modo concreto na psique humana, caso contrário não haveria necessidade para tal:

Se o tabu se manifesta predominantemente em proibições, é admissível a reflexão segundo a qual ele seria evidente por si mesmo e não necessitaria de amplas provas tomadas da analogia com a neurose, que teria em seu fundo uma positiva corrente de desejo. Afinal, não é necessário proibir o que ninguém deseja fazer, e, de todo modo, o que se proíbe enfaticamente deve ser objeto de um forte desejo (Ibid., p.68)

Neste ponto o autor evidencia que as leis morais só existem porque elas lidam com a incontinência do desejo humano inerente em todos os indivíduos que compõe uma sociedade, seja ela civilizada ou primitiva. Deste modo pode-se inferir que há uma incompatibilidade constitutiva da relação entre o indivíduo com a sociedade, daquilo que ele almeja para se satisfazer plenamente e o que ela espera dele como cidadão (FREUD, 2011, p.90). Assim Freud acaba por conceituar o mal-estar como um sentimento inerente aos indivíduos inseridos em uma cultura, uma vez que para conviver dela ele deve renunciar a seus desejos, mas ao mesmo tempo se a abandonar não poderá sobreviver sozinho, sendo ao mesmo tempo refém e guardião da mesma. O precursor da psicanálise inaugura um olhar profundamente sombrio sobre a natureza humana a partir de seu inconsciente:

O quê de realidade por trás disso, que as pessoas gostam de negar, é que o ser humano não é uma criatura branda, ávida de amor, que no máximo pode se defender, quando atacado, mas sim que ele deve incluir, entre seus dotes instintuais, também um forte quinhão de agressividade. Em consequência disso, para



# Artigo



ele o próximo não constitui apenas um possível colaborador e objeto sexual, mas também uma tentação para satisfazer a tendência à agressão, para explorar seu trabalho sem recompensá-lo, para dele se utilizar sexualmente contra sua vontade, para usurpar seu patrimônio, para humilhá-lo, para infligir-lhe dor, para torturá-lo e matá-lo. *Homo homini lupus* [O homem é o lobo do homem]; quem, depois de tudo o que aprendeu com a vida e a história, tem coragem de discutir essa frase? (Ibid, p. 57)

Todo o capital cultural e financeiro adquirido pelos personagens de *O Lobo de Wall Street* não os tornam melhores do que as demais pessoas, pois seu substrato ainda é o mesmo, uma máquina de desejo insaciável e descontrolada que busca cada vez mais meios para realizar tais desejos como um fim em si mesmo. Eis a fascinação que o protagonista do filme gera em seus espectadores e nos homens ordinários que são representados em tela, sobretudo no final da trama quando descobrimos que este criminoso e perverso milionário se torna uma referência no mundo financeiro e das vendas ao se tornar um palestrante famoso que tenta ensinar as pessoas seus truques persuasivos. No encerramento da obra Scorsese escancara a falência ética da sociedade consumista americana, que não é capaz de condenar Belfort moralmente uma vez que todos querem ser como ele, independente das implicações sociais e morais do seu estilo de vida.

Tal admiração por parte do cidadão médio representado no filme não se deve propriamente a riqueza em si do protagonista, ou mesmo seus privilégios dentro de uma sociedade burguesa, o que eles apreciam em Belfort é a possibilidade de se poder financiar uma vida de excessos em que o hedonismo ocupa o primeiro lugar. Isto é, não que a satisfação de tais pulsões não sejam acessíveis ao homem comum, muito pelo contrário elas são, mas a diferença é que os personagens de Scorsese parecem viver única e exclusivamente voltados para esta finalidade, sem um objetivo maior, regredindo a um estado animalesco. Como se a torre de marfim do luxo no fundo escondesse um alçapão de fuga da civilização.

Diante deste cenário de contradições nos deparamos mais uma vez com o esvaziamento da moda enquanto um objeto estético, isto é, o consumo da moda enquanto objeto simbólico acaba sendo eclipsado pela superficialidade



# Artigo



consumista que esconde o apetite insaciável das máquinas desejantes. A elite enquanto tal não representa mais uma função aristocrática que é sinalizada pela distinção de suas vestimentas e de um mundo estético outro para além do ordinário e supérfluo, no filme de Scorsese nos deparamos com uma classe econômica dominante que vive em função do seu estômago, tratando todo o luxo que a cerca de maneira tediosa e alienada. No final das contas parece que os personagens vivem um simulacro de civilização tenta encobrir sua vida de excessos.

Para encerrarmos esta parte pode-se evocar o primeiro encontro entre Belfort e sua futura esposa, quando esta está vestida elegantemente com um vestido preto e assim que eles terminam de jantar e vão para a sua casa logo ela se despe para ir ao que de fato interessa. Scorsese retrata a moda como um intervalo entre os momentos de perversão e satisfação do desejo. Aqui percebe-se a falência do potencial da experiência estética pensada por Lipovetsky em detrimento de um consumismo vazio.

## CONCLUSÕES

Neste artigo tentamos construir um panorama de como a moda se constrói em meio ao capitalismo financeiro. Em um primeiro momento viu-se o modo como o design e a moda se fortaleceram na era do capitalismo artista uma vez que a forma da mercadoria passa a ter um peso nunca visto na história para o consumidor contemporâneo. A moda e o design passam a atribuir significado para as vidas de seus consumidores desprovidos de orientação em uma sociedade pós-moderna.

Então o artigo deu uma guinada para a maneira como o mercado financeiro faz para conseguir lucro a partir da imaterialidade da mercadoria, e neste momento percebeu-se que paradoxalmente pouco importa a forma da mercadoria, uma vez que o peso das especulações em cima de suas ações é a principal fonte de lucro do capitalismo contemporâneo. Então o artigo se serviu do filme *O Lobo de Wall Street* como exemplo do esgotamento da estética da mercadoria e o caso Steve Medden retratado na obra.

# ..... Artigo .....

Por fim o artigo retornou ao filme de Scorsese para refletirmos sobre o modo supérfluo e alienado como as elites encaram a moda e o design como um véu civilizacional que encobre todo o desejo de se atender aos impulsos inconscientes que se confrontam diretamente com o superego e deste modo tentar resolver o mal-estar irremediável que está no cerne da relação indivíduo-sociedade segundo Freud.

Deste modo analisamos as contradições entre um capitalismo artista que necessita do design e da moda para se fazer significativo, ao mesmo momento em que toda sua concretude encontra um segundo plano na exploração econômica do mercado financeiro e da ignorância das elites de uma sociedade consumista.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

CAMARGO, Leonardo. Marx, Keynes e Minsky: a supremacia das finanças no capitalismo contemporâneo. 2009. 142 páginas. (Economia) – Universidade federal de Uberlândia, MG, 2009.

BAUDRILLARD, Jean. A Troca Simbólica e a Morte. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

BAUDRILLARD, Jean. O sistema dos objetos. São Paulo: Perspectiva, 2012.

FARIAS JÚNIOR, João Batista. CONSIDERAÇÕES ACERCA DA RELAÇÃO ENTRE NIILISMO, MODERNIDADE E TÉCNICA NA ÉTICA

JONASIANA. PÓLEMOS – Revista de Estudantes de Filosofia da Universidade de Brasília, [S. l.], v. 1, n. 2, p. 111–122, 2013.

FEATHERSTONE, Mike. Cultura de consumo e pós-modernismo. Trad. Júlio Assis Simões. São Paulo: studio Nobel, 1995.

FREUD, Sigmund. O mal-estar na civilização. Tradução de Paulo César de Souza. São Paulo: Penguin Classics Companhia das Letras, 2011.

FREUD, Sigmund. Totem e tabu. Tradução de Paulo César de Souza. São Paulo: Penguin Classics Companhia das Letras, 2013

HAUG, Wolfgang F. Crítica da estética da mercadoria. 1ª edição. São Paulo: Editora UNESP, 1996.

LIPOVETSKY, G. & SERROY, J. A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

# ..... Artigo .....

MARX, Karl. Crítica da Economia Política. Col. Os Pensadores. São Paulo: Abril Cultural, 1974.

**Recebido em: 2024-07-30**

**Aprovado em: 2025-12-22**