

**B 047**  
**MESA REDONDA**  
**CULTURA**

Nombre: BARCELLOS, G.

Organizacion: ASSOCIAÇÃO JUNGUIANA DO BRASIL-AJB

Sao Paulo-Brasil

Titulo: EROS E PODER NA ALMA DO CONSUMO

Palabras claves: alma, sociedade de consumo, psicopatologia, arquetipos

Resumen: Todos os dias, em algum nivel, o consumo atinge nossas vidas, modifica nossas relações, gera e rege sentimentos, engendra fantasias, aciona comportamentos, faz sofrer, faz gozar. Numa época toda codificada como a nossa, o código da alma virou código do consumidor. Mas, num plano mais profundamente psicológico, que racionalidade e mesmo esta, a do hiperconsumo? Que Deuses estão ali abatidos? Que arquetipos? Para ecoarmos os receios de Jung sobre Deuses e doenças, que doença é esta, a paixão consumista, tão absorvente, tão aparente, tão definidora? O consumo não pertence a todas as épocas nem a todas as civilizações. Somente há pouco tempo histórico e que falamos e entendemos viver numa sociedade de consumo, onde tudo parece necessitar adaptar-se a lógica dessa racionalidade, ou seja, a esfera do lucro e do ganho, a ética e a estética das trocas pagas. É preciso desvendar a psique do consumo, seu poder na alma, e que tipo de eros o engendra, o satura, o move. Muita psicopatologia contemporânea deve sua gênese e seu sentido ao entrelaçamento de eros e poder na alma do consumo.