
RESENHA

CULTURA & CONSUMO: NOVAS ABORDAGENS AO CARÁTER SIMBÓLICO DOS BENS E ATIVIDADES DE CONSUMO.

Márcio Gomes de Sá
PROPAD/UFPE

McCRACKEN, Grant. **Cultura & Consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e atividades de consumo. Tradução: Fernando Eugênio. Revisão técnica: Everardo Rocha. Rio de Janeiro: Mauad, 2003. (Coleção Cultura e Consumo/coordenação Everardo Rocha).

Grant McCracken oferece em *Cultura & Consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e atividades de consumo* um passeio ao longo da história do consumo no Ocidente, recuperando-a desde o período elizabetano na Inglaterra do século XVI até a produção do consumo contemporâneo. Neste trabalho, observa-se como a cultura ocidental está cada vez mais imbricada aos novos bens e práticas de consumo que surgiram ao longo deste período, além de serem explicitadas as circunstâncias históricas que levaram cultura e consumo a se relacionarem intimamente na vida cotidiana do século XXI.

O livro é dividido em três partes: História, Teoria e Prática. Elas são compostas por um conjunto de nove “ensaios-capítulos” – escritos e organizados de forma bastante didática –, que propiciam um apanhado geral desta ligação entre cultura e consumo.

A produção do consumo moderno é o primeiro destes “ensaios-capítulos”. Nele, McCracken descreve e analisa alguns dos estudos que acreditou serem relevantes – em particular, os trabalhos de Niel McKendrick, Rosalind H. Williams e Chandra Mukerji, que são sumariamente apresentados – para sua visão geral da história do consumo, trazendo à tona contextos e informações sobre a genealogia do fenômeno e de sua extrema significância para a compreensão da dinâmica sociocultural da contemporaneidade. Já que restringir o estudo do consumo ao período posterior à Revolução Industrial seria ignorar o legado de períodos nos quais se podem observar as origens da sociedade de consumo.

Em *Sempre mais querido* em nossos pensamentos: pátina e a representação de status antes e depois do século XVIII, o autor recupera a importância da pátina – hegemônica durante longo período enquanto sistema de representação de status – e o seqüente surgimento e fortalecimento da moda como novo sistema dominante. Não que a pátina tenha desaparecido por completo no mundo moderno, mas o domínio da moda é evidente nos hábitos de consumo e nas significações dos bens consumidos.

No terceiro capítulo, *Lois Roget: uma consumidora curatorial* em um mundo moderno, McCracken apresenta um estudo bastante curioso sobre um caso atípico de padrão de consumo, o curatorial. Lois Roget é o codinome de uma senhora que orienta suas práticas de consumo de acordo com o acervo de bens dos quais é a curadora, pertencentes às gerações anteriores de sua família. Este museu familiar é o fator preponderante para as escolhas de compra de Lois, já que, tanto o que ela consome, quanto sua própria vida giram em torno destas relíquias, “sacralizadas” na mente

desta senhora que se relaciona com os bens de forma extremamente peculiar.

Em *Vestuário como linguagem* – uma lição objetiva no estudo das propriedades expressivas da cultura material, que abre a segunda parte, o autor sugere que o vestuário não é proveitosamente comparável com a linguagem, sendo um sistema de comunicação que muito difere deste, e que sua significação cultural somente poderá ser melhor avaliada quando a metáfora “linguagem” for revista identificando-se suas semelhanças e diferenças. É defendido que linguagem e vestuário, enquanto sistemas de códigos, operam em bases distintas, visto que, ao lançar mão de suas potencialidades combinatórias, o vestuário perde significado, diferentemente da linguagem.

No quinto ensaio, *Manufatura e movimento de significado* no mundo dos bens, McCracken conclama ser preciso ir além das limitações impostas pelas formas simplistas de se estudar o significado dos bens e seus múltiplos papéis na construção cultural do mundo. Ao apresentar sua percepção acerca das restrições das presentes abordagens, McCracken (2003, p. 99) afirma que uma das maiores limitações destas “é que elas falham em observar que este significado está constantemente em trânsito. O significado está ininterruptamente fluindo das e em direção às suas diversas localizações no mundo social”. Os deslocamentos e as localizações pelas quais estes significados perpassam até chegar ao consumidor é o ponto central de sua argumentação. Um ponto curioso deste ensaio é a característica ritualística da apropriação dos significados existentes nos bens de consumo. Os rituais de posse, troca, preparação e despojamento são os rituais pessoais de transferência de significado apresentados.

Em *Bens de consumo, construção de gênero e uma teoria trickle-down* reabilitada, McCracken coloca que, para aplicar a teoria trickle-down nos estudos da moda contemporânea, é preciso uma revisão e reformulação do modelo original. A cultura surge então como elemento fundamental neste processo de reformulação da teoria trickle-down. O caráter simbólico do vestuário e sua significação precisam ser observados de acordo com a nova concepção que é oferecida. Isto posto, “uma teoria trickle-down que forneça um contexto cultural pode prever não somente que acontecerá uma mudança por parte dos superiores, mas também as propriedades simbólicas que o novo estilo buscará. Pode predizer não apenas o fato, mas também a direção da mudança” (McCRACKEN, 2003, p. 132).

Ao concluir este que é o sexto capítulo, primeiro da última parte (Prática), o autor revisa os benefícios que vê na reestruturação teórica que defende. No entanto, por mais que sua argumentação padrões de consumo parecem estar para além do processo de imitação e diferenciação simbólica per si.

Já no sétimo ensaio, O poder evocativo das coisas: bens de consumo e a preservação de esperanças e ideais, o enfoque está na importância de se atentar para um aspecto pouco aprofundado nos estudos acerca do “poder evocativo das coisas”, o significado deslocado. Este deslocamento faz com que todo um universo de significações possa ser encontrado nos bens de consumo. Um maior aprofundamento nesta discussão pode levar a dimensões outras da vida cotidiana, tais como a política, a cultural, a social, e até a uma viagem psicanalítica ao imenso vazio da vida deste pobre ser que consegue ver significados idealizados em “simples” objetos de consumo.

No oitavo capítulo, Unidades Diderot e Efeito Diderot: aspectos culturais negligenciados do consumo, conforme o título já denuncia, são abordados as unidades e o efeito Diderot, assim como suas implicações para a compreensão da publicidade, do estilo de vida e dos mecanismos de demanda de consumo. McCracken aponta que as observações de Diderot ajudam a sugerir que os bens de consumo, de modos complementares, são interligados por uma certa comunalidade, sendo esta harmonia complementar entre os produtos, as unidades Diderot.

pareça ser consistente, a moda e suas variâncias estão inseridas na lógica hegemônica da Indústria Cultural e, desta forma, as diretrizes norteadoras das mudanças nos

Consumo, Mudança e Continuidade tem como foco as relações entre bens de consumo, continuidade e mudança, já que, para McCracken (2003, p. 164), “inexiste um esquema teórico capaz de prover uma perspectiva geral a partir da qual se possa estudar esta relação”. Neste capítulo, o último do livro, o autor se propõe a iniciar o desenvolvimento de tal esquema, mas parece-lhe faltar energia para cumprir seu objetivo. Apesar de discorrer sobre as relações em foco e mostrar as potencialidades dos bens tanto como instrumentos de continuidade quanto de mudança, McCracken não apresenta claramente o desenvolvimento, mesmo que incipiente, do esquema anunciado.

Ao se observar, mesmo que brevemente, o atual estágio do conhecimento neste campo, fica clara a importância de melhor compreender-se o imbricamento que há entre cultura e consumo. Sem dúvida, Cultura & Consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e atividades de consumo é de grande valia na busca por uma visão mais abrangente dos bens de consumo como elementos da cultura material – tão significativa na sociedade contemporânea.

Marcio Gomes de Sá

Titulação: Mestrando em Administração pelo PROPAD/UFPE; Bacharel em Administração pela UPE. Pesquisador do Núcleo de Marketing e Tecnologia de Negócios – Núcleo MTN/PROPAD/UFPE.

E-mail: mgsa77@hotmail.com

Endereço: Rua Nogueira Lima, 149, Hipódromo.

CEP: 52041-700. Recife – PE - Brasil.