



Etiqueta e consumo: uma narrativa dos modos de ser em manuais de civilidade¹

Maria Carolina Medeiros²

PUC-Rio

Resumo

A vinda da Corte Portuguesa para o Brasil no século XIX alterou os padrões de sociabilidade e comportamento da sociedade, resultando em uma europeização dos costumes e na demanda por aquisição de um capital simbólico que possibilitasse o trânsito social. Este artigo pretende estudar como a literatura de civilidade mediou esse processo, possibilitando o acesso às novas formas de enunciação, aos novos modos de ser, de agir, de se relacionar, demandados em nome da formação de cidadãos modernos e civilizados. O objetivo de tais manuais era mais amplo do que inculcar regras de etiqueta, mas sim preparar para a vida em sociedade, considerando civilizado aquele que dominasse os códigos presentes nas relações sociais. O aprendizado de novas formas de sociabilidade se relaciona intimamente com o consumo que, como fenômeno cultural, é definidor de práticas sociais e de modos de ser. São, portanto, fenômenos típicos da experiência social da modernidade, ambos determinantes nas relações sociais.

Palavras-chave: Sociabilidade; consumo; literatura de civilidade; manual de etiqueta.

1. Civilidade e modernidade

As sociedades precisam de códigos para regular as relações sociais. A relação entre sujeitos demanda a existência de um denominador comum, algo que se configure como linguagem, capaz de mediar o que é dito, visto, sentido entre as partes para que haja, então, comunicação. Estes códigos funcionam como mediadores, e é necessário dominá-los para dizer-se civilizado, uma vez que tais formas de trato não são naturais ao homem. O modo de ser e de agir que cada grupo social entende como civilizado é, na realidade, parte de um condicionamento e de um adestramento (ELIAS, [1939] 2011).

Não se pode precisar quando começou uma civilização dos costumes. É certo que nenhuma sociedade se torna civilizada da noite para o dia, e tampouco o tornar-se civilizado é um

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação e Consumo: Periodização e Perspectivas Históricas (GT3) do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 10 e 11 de outubro de 2018.

² Doutoranda em Comunicação na PUC-Rio. Mestre em Comunicação pela mesma instituição. Autora de capítulos de livros e artigos. Email: mariacarolinamedeiros@gmail.com



acontecimento único e pontual. A civilização que nos acostumamos a considerar como uma posse que “(...) nos chega pronta e acabada” (ELIAS, [1939] 2011, p. 70) é parte de um processo em que nós mesmos estamos envolvidos. Processo esse que pode, indefinidamente, ser remontado ao passado, pois “(...) de onde quer que comecemos, observamos movimento, algo que aconteceu antes” (Ibidem, p. 71).

Para compreender este movimento é relevante entender em que contextos a demanda por tornar-se civilizado fica mais latente. Considerando que a emergência das sensibilidades modernas resultou em transformações históricas, sociais e culturais que, por sua vez, transformaram também as formas de enunciação, os modos de ver, os padrões de sensibilidade e as interações entre os sujeitos (SICILIANO, 2017)³, busca-se traçar uma perspectiva histórica acerca do aprendizado de novas formas de sociabilidade e sua relação com o consumo, entendendo o consumo como fenômeno cultural, definidor de práticas sociais, modos de ser, diferenças e semelhanças, sendo um fenômeno típico da experiência social da modernidade (ROCHA, [2004] 2013) e determinante nas relações sociais, bem como a civilização dos costumes.

A noção de indivíduo é fundamental para a construção das questões propostas. Sendo o individualismo uma questão da sociedade moderna, é relevante compreender as formas pelas quais as identidades sociais são construídas na modernidade, sob a ótica de uma civilização dos costumes e do aprendizado de novas formas de sociabilidade e mobilidade social. A transição para a Renascença é aqui considerada como marco para a preponderância do indivíduo em relação ao grupo (DUMONT, [1983] 2000; SIMMEL, [1905] 1998). Foi nesse período que a Reforma Luterana desferiu um golpe decisivo no que restava da ordem medieval, e o essencial da religião passou a funcionar de acordo com a consciência de cada cristão por si mesmo (DUMONT, [1983], 2000). Lutero tira a Igreja do lugar de mediadora entre Deus e o indivíduo, o que é consolidado com a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, de 1789, suplantando a ideia de comunidade pelo conceito de liberdade do indivíduo.

A Renascença pode ser considerada, portanto, marcadora do nascimento do indivíduo moderno, produtora do que chamamos individualidade, com a superação das formas medievais de viver e se relacionar (SIMMEL, [1905] 1998). Entre os séculos XVI e XVIII as sociedades ocidentais

³ SICILIANO, Tatiana. Notas de aula da disciplina COM 2522, “A construção do indivíduo moderno e subjetividades contemporâneas na cultura midiática”, ministrada pela Prof. Dra. Tatiana Siciliano no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio no segundo semestre de 2017.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

foram caracterizadas por um processo de privatização que incluía novas expectativas e práticas, produzindo espaços e objetos, criando uma consciência inédita de si e dos outros, com inovações arquitetônicas, literárias, afetivas e corporais (CHARTIER, [1986] 2009).

O início da era moderna constitui um momento de incertezas. É um período de reposicionamento social e cultural e de uma complexidade mais acentuada das relações entre grupos mais diversificados. A unidade católica fora rompida, ao passo que as hierarquias rígidas da Idade Média, de acordo com Jacques Revel ([1986] 2009), sofreram falhas profundas, em especial com o questionamento da sociedade cortês, e a ordem absolutista ainda não se instaurara. “(...) Essas sociedades em plena transformação precisavam de uma linguagem comum e de novos pontos de referência, já que as relações provisoriamente se tornam mais livres e densas” (REVEL, [1986] 2009, p. 177).

Essa demanda por uma linguagem comum que transmita unidade a grupos diferentes é, portanto, mais latente em fases de transição e de transformações na sociedade. Mudanças sociais demandam uma nova linguagem que estabeleça novos papéis sociais, papéis esses que, enquanto não são naturalizados, precisam ser ensinados. Sociedades em plena transformação demandam mediadores que funcionem como guias para um novo mundo (REVEL, [1986] 2009), capazes de incutir novas formas de sociabilidade. Novas formas de enunciação e modos de ver vão sendo construídos na sociedade moderna.

O código de civilidade estabelece uma linguagem, um modo de comportamento, que é pactuado socialmente: estabelece-se um dever ser e os partícipes do jogo social pactuam que aquele código será utilizado como linguagem, como forma de comunicação e enunciação de si e do outro, tornando o aprendizado do código em partilha do comum. Funciona como estatuto demarcador de pertencimento social, notadamente em momentos históricos em que a mobilidade social se coloca como forma de tensão entre uma classe anterior estabelecida, segundo um código comportamental, e uma nova classe ascendente. A vinda da família real portuguesa para o Brasil, em 1808, tira a então capital, Rio de Janeiro, de um estado de colônia, impactando nesse indivíduo colonizado, que passa a buscar se adaptar aos costumes da corte europeia.

A europeização dos costumes resultante da vinda da Corte Portuguesa alterou os padrões de sociabilidade, comportamentos e vestuário da sociedade, que passou a adotar valores estrangeiros e ser influenciada principalmente por valores franceses, sinônimo de bom gosto, sofisticação e



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

civilização (GORBERG, 2013). Nesse contexto, a literatura de civilidade prolifera na cidade do Rio de Janeiro. Tratava-se de um momento em que urgiam demandas por aquisição de capital simbólico que possibilitasse o trânsito social, e que foi impactado pela literacia, ou seja, pela capacidade de usar a leitura e a escrita como forma de adquirir conhecimento para participar ativamente na sociedade, por meio da literatura de civilidade que circulava no Rio de Janeiro no século XIX quando da chegada da Corte Portuguesa.

O propósito dos manuais ia muito além de ensinar boas maneiras e inculcar regras de etiqueta; o objetivo era preparar as pessoas para a vida em sociedade, uma vez que dominar tais regras representava alguma superioridade a outros estratos. Os manuais de civilidade foram, então, mediadores para uma internalização de regras imperativas de comportamento, pautadas nos preceitos de polidez, elegância e cortesia, configurando-se em obras repletas de “(...) conselhos indispensáveis à aquisição de êxito nas investidas ao bom comportamento no grupo social” (CUNHA E CECCHIN, 2007, p. 4).

Um indicador da relevância deste tipo de literatura no século XIX é a referência feita por Gilberto Freyre em seu livro *Casa Grande & Senzala*. “(...) ‘A sociedade tem também sua *grammatica*’, escreveu em 1845 o autor de certo *Código do bom-tom* que alcançou grande voga entre os barões e viscondes do Império” (FREYRE, [1933] 2006, p. 509). O *Código do Bom Tom* a que Freyre se refere é um manual publicado em 1845. De autoria do cônego presbítero português J. I. Roquette, a obra normatizava os rituais do Brasil Imperial e se tornou leitura obrigatória de uma aristocracia brasileira “(...) quase selvagem e distante dos grandes centros” (CUNHA, 2004, p. 1).

Outro indício da difusão dessas obras no século XIX é a menção que o viajante inglês Thomas Ewbank faz aos manuais de civilidade, em seu relato sobre o comércio no Rio de Janeiro. “(...) *Escola de bem vestir* para as jovens, *Manual de Polidez* para os rústicos (...). Essas e milhares de outras coisas são vendidas durante todo o dia” (EWBANK, 1976, p.79). Anúncios nos jornais da época também sugerem que tais livros eram indispensáveis para se familiarizar com a vida na corte. “O *Correio das Damas*, jornal português que circulou no Rio de Janeiro entre 1836 e 1850, era um dos que estampava alguns anúncios do *Manual de etiqueta e civilidade*” (RAINHO, 1995, p. 141).

As obras que constituem a literatura de civilidade fornecem informações sobre aspectos relevantes do comportamento humano, funcionando como “(...) instrumentos diretos de condicionamento ou modelação, de adaptação do indivíduo a esses modos de comportamento que a



estrutura e situação da sociedade onde vive tornam necessários” (ELIAS, [1939] 2011, p. 91), mediando a compreensão de processos sociais, alguns sobre os quais temos poucas informações.

É o caso do tratado escrito pelo humanista Erasmo de Rotterdam em 1530, *De civilitate morum puerilium*, que se situa na transição da Idade Média para a Renascença e forma uma espécie de ponte entre as maneiras da Idade Média e os tempos modernos (ELIAS, [1939] 2011). Era uma época em que uma hierarquia social mais rígida se firmava e uma nova classe social superior e uma nova aristocracia se formavam, ocorrendo transformações que, pouco a pouco, abandonavam as tradições medievais e influenciavam novos modos de ser, onde a questão do comportamento uniforme torna-se cada vez mais importante, uma vez que cada indivíduo fica mais exposto à pressão social dos demais e do controle social.

Forçadas a viver de uma nova maneira em sociedade, as pessoas tornam-se mais sensíveis às pressões das outras. Não bruscamente, mas bem devagar, o código do comportamento torna-se mais rigoroso e aumenta o grau de consideração esperado dos demais. O senso do que fazer e não fazer para não ofender ou chocar os outros torna-se mais sutil e, em conjunto com as novas relações de poder, o imperativo social de não ofender os semelhantes torna-se mais estrito, em comparação com a fase precedente. (ELIAS, [1939] 2011, p. 87).

Assim como ocorre na transição da Idade Média para a Renascença, em períodos de transição surgem demandas por novas formas de agir, de se relacionar, de viver. Formas capazes de regulamentar a vida em sociedade, regras descrevendo o que deve e o que não deve ser feito são modos que não apenas ajudam a estabelecer novos papéis sociais, como também dão segurança a uma sociedade frente às mudanças do período. A máxima que vigora em manuais de civildade de todos os tempos é “(...) o comportamento social adequado é composto de normas que devem ser cumpridas em benefício dos outros e do nosso relacionamento com eles” (PILLA, 2004, p. 108). É assim desde a sociedade de corte do Rei Luís XIV, cujo papel fundamental na privatização dos comportamentos veremos adiante, e continua sendo quando falamos de interação entre os sujeitos na modernidade.

Há, pois, um intenso esforço de codificar e controlar os comportamentos, que são submetidos aos códigos de civildade. A linguagem dos corpos é destinada aos outros, projetando o indivíduo para fora de si mesmo e submetendo-o à aprovação do grupo. “(...) A civildade é acima de tudo uma arte, sempre controlada, da representação de si mesmo para os outros, um modo estritamente regulamentado de mostrar a identidade que se deseja ver reconhecida” (CHARTIER, [1986] 2009, p. 165). No caso dos manuais, as civildades impõem aos seus leitores comportamentos



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

que satisfaçam as normas de uma sociabilidade cada vez mais imperativa, situando todo ato individual sob o olhar de todos, ao mesmo tempo em que convida o indivíduo a separar em si mesmo o que é mostrável, civil, do que todos, incluindo ele próprio, devem ignorar (REVEL, [1986] 2009).

A emergência das sensibilidades modernas, como vimos, acarreta em transformações que impactam nas relações humanas, dado o aparecimento de esferas e domínios autônomos na experiência, na sensibilidade e no pensamento. Ela tem seu preço, requer um controle de si na relação com o outro. “(...) Todas as relações com os outros são, ao fim e ao cabo, apenas estações no caminho em busca de si mesmo. (...) Os outros existem para permitir a cada indivíduo a comparação e a visão da própria singularidade e individualidade do próprio mundo” (SIMMEL, [1905] 1998, p. 7). O aprendizado das regras de civilidade, na sociedade de corte ou nos tempos modernos, é o domínio do código, a compreensão do dever ser e de uma linguagem que possibilite a partilha do comum por meio de formas de enunciação.

As sociedades ocidentais foram caracterizadas por um processo de privatização que inclui novas expectativas e práticas, produzindo espaços e objetos, criando uma consciência inédita de si e dos outros, com inovações arquitetônicas, literárias, afetivas e corporais (CHARTIER, [1986] 2009). Nessa relação com o outro, nesse mundo em transição, os modos de ser são profundamente afetados. Na vida moderna, ora prevalece uma ética da sensibilidade, produto das condições modernas, com um “Homem de Sentimento” configurado como tipo de caráter ideal (CAMPBELL, [1987] 2001), ora a sensibilidade como virtude se perde em função de um eu representado, por meio do uso de máscaras sociais (GOFFMAN, [1956] 1975). Tais máscaras são acionadas constantemente nos diversos palcos de representações, ou seja, nos locais onde os indivíduos são levados a agir na vida cotidiana. O indivíduo exerce múltiplos papéis em uma representação de si mesmo para os outros, e as interações funcionam de forma semelhante à lógica de atores em um palco. A máscara bem adaptada protegeria a fachada social dos atores que, assim, desempenhariam bem seus papéis.

A dinâmica de plateia e atores no palco do teatro à época do fim do Antigo Regime também é usada como metáfora para compreender o modo de ser nos espaços públicos, uma vez que o teatro foi um espaço social de ensino da civilidade para o homem ocidental. Antes restritos à aristocracia, esses espaços se abrem para a burguesia, modificando as interações sociais. Para conviver com a diversidade, pessoas estranhas umas às outras precisavam de um denominador comum, criando códigos simbólicos que pudessem tornar as relações sociais possíveis (SENNETT, [1974] 2014).



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

A sociedade constrói representações de seu próprio funcionamento, representações essas que podem ser buscadas nos códigos de civilidade que, “(...) do século XVI ao XIX, codificam minuciosamente os valores corporais e regulamentam em detalhes o sistema de comportamentos sociáveis” (REVEL, [1986] 2009). O aprendizado dessas normas media essa transição para um momento novo, representando esse denominador comum, essa partilha do dever ser, criando uma linguagem que transmita unidade perante novos modos de ser, agir e sentir nas práticas cotidianas do indivíduo moderno.

2. Civilidade, consumo e diferenciação social

Na trajetória da literatura de civilidade, a regulamentação da etiqueta, do gosto, do modo de vestir, de falar e de se portar tinha a mesma função, eram armas na luta por prestígio, marcando, com a prescrição de gestos concretos, as distâncias que separavam uns dos outros (CUNHA, 2004). Para Cecchin e Cunha (2007), a leitura dos manuais busca normatizar comportamentos, internalizar regras e preceitos para a formação do bom cidadão, contribuir para o desenvolvimento do caráter e consolidar práticas de higiene.

O alcance destes textos formadores de bons cidadãos se inclinava inicialmente às classes mais altas, com a intenção de, justamente, distingui-las do restante da população através do refinamento de seus modos e maneiras. Nesse sentido, o conceito de etiqueta, derivado do francês *étiquette*, pode evidenciar características relevantes para a compreensão da importância desses manuais na modernidade. Na definição do *Dicionário Aurélio*, etiqueta é o “(...) conjunto de cerimônias usadas na corte ou na casa de um chefe de Estado; formas cerimoniais do trato social; formalidade, protocolo; rótulo para designar o que algo é, ou contém” (FERREIRA, 2004, p. 383).

Em *A sociedade de corte*, Elias ([1969] 2001) analisa a noção de etiqueta nas relações sociais existentes no Antigo Regime. Seu objeto principal de análise é o reinado de Luís XIV, o Rei Sol, que governou a França de 1643 a 1715 e construiu, dentre outras obras, o Palácio de Versalhes. A instauração das monarquias absolutistas, com a figura central do rei, teve enorme peso na modificação dos comportamentos (ELIAS, [1939] 2011). Esse modelo de civilidade, presente na sociedade de corte, tem centralidade na figura do Rei Sol, responsável por instaurar um complexo cerimonial onde a civilidade passa a ser distintiva (ELIAS, [1969] 2001). O espaço governado pela civilidade é o da existência coletiva, da sociabilidade distintiva da corte e dos salões, ou do ritual



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

social em sua íntegra, cujas normas obrigatórias devem aplicar-se a todos os indivíduos, seja qual for sua condição. Elias ([1969] 2001) estuda não um monarca, mas sua função, e analisa a corte como tendo um papel central na organização do conjunto das relações sociais, buscando compreender a sociedade que se organiza inteiramente a partir dela.

De acordo com Elias ([1969] 2001), a sociedade de corte valorizava mais a posse de um título de nobreza do que a riqueza; pertencer à corte do rei era algo extremamente valioso na escala dos valores sociais. Os juízos de valor eram submetidos ao olhar dos outros, de modo que o que era digno de esforço dependia não só da avaliação do indivíduo, mas, sim, da confirmação de que aquilo era realmente valioso também aos olhos da sociedade. Este sistema tornava praticamente impossível ao indivíduo não competir pelas oportunidades tidas como socialmente estimadas, dentre as quais a mais importante era a relação com o rei.

O privilégio da eminência social, segundo Revel ([1986] 2009), cobrava dos nobres uma irrestrita submissão à autoridade do rei, envolvendo-os em um código que determinava comportamentos segundo a posição do indivíduo numa hierarquia rigorosa, na qual a etiqueta tinha o papel de regulamentar a disciplina imposta a todos. O soberano vigiava os cortesãos e eles mesmos vigiavam uns aos outros, em um controle incessante. “(...) A corte faz da aparência sua regra social” (REVEL, [1986] 2009, p. 197), e o reconhecimento coletivo vinha através da vigilância de uns sobre os outros a fim de assegurar o respeito à etiqueta, à vestimenta, à palavra, à apresentação do corpo. Qualquer ameaça à posição que os cortesãos ocupavam, bem como qualquer perda de privilégio, significava para eles “(...) um esvaziamento de sentido de suas existências” (ELIAS, [1969] 2001, p. 95), transformando a sociedade de corte em cumpridora de um sistema carregado de tensões e disputas por prestígio.

O rei Luís XIV se valia dessa disputa entre os membros da corte para reafirmar seu poder e consolidar sua posição de governante, e “(...) aproveitava suas atividades mais particulares para marcar as diferenças de nível, distribuindo suas distinções, provas de favorecimento ou de desagrado” (ELIAS, [1969] 2001, p. 102), tendo a etiqueta uma função simbólica de grande importância na estrutura dessa sociedade de corte e na forma do rei governar. Na busca por poder, *status* e prestígio na corte, os indivíduos mantinham-se em alerta (ROCHA, FRID e CORBO, 2016). Quem participava dessa estrutura hierárquica era obrigado a realizar um cerimonial que, segundo Elias ([1969] 2001) era um fardo para todos os envolvidos. Embora contrariados, todos cumpriam a



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

etiqueta, não apenas porque o rei exigia, mas porque dela dependia a existência social dos indivíduos da corte, e romper com ela significaria romper com suas condições aristocráticas.

Os privilegiados, envolvidos na rede do cerimonial, mantinham-se mutuamente nesta situação, embora a suportassem a contragosto. A pressão dos que pertenciam a um nível inferior (...) obrigava os que usufruíam de mais direitos a conservar seus privilégios. E, pelo lado oposto, a pressão de cima forçava quem estava sujeito a ela a empenhar-se para escapar; em outras palavras, impelia-os também para a esfera da concorrência por status. (...) O príncipe não queria ceder seu lugar ao duque, que não queria ceder o seu ao marquês, e todos eles juntos, constituindo a *noblesse*, não queriam e nem podiam ceder seu lugar àqueles que não eram nobres e tinham de pagar impostos. Uma atitude alimentava a outra; assim, graças ao fenômeno da pressão e da contrapressão, a engrenagem social se equilibrava. (Elias, [1969] 2001, p. 105).

Qualquer mudança nessa hierarquia significava uma mudança na etiqueta, de modo que a engrenagem da corte se mantinha alimentada pelas necessidades de prestígio e pelas tensões renovadas pela competição na própria corte. Essa competição também obrigava os participantes a manterem suas emoções controladas, “(...) em favor de uma atitude precisamente calculada, com variações sutis no convívio entre as pessoas” (ELIAS, [1969] 2001, p. 126). O comportamento demandado da nobreza também era cumprido por Luís XIV, que utilizava a etiqueta não apenas como instrumento de distanciamento, mas também como forma de dominação de seus súditos. Elias ([1969] 2001) cita um trecho das “Memórias” do próprio Luís XIV para demonstrar isso:

Estão grandemente enganados aqueles que imaginam tratar-se aí apenas de questões de cerimônia. Os povos sobre os quais reinamos, não podendo penetrar o fundo das coisas, pautam em geral seu julgamento pelo que veem exteriormente, e o mais frequentemente é pelas primazias e posições que medem seu respeito e sua obediência. Como é importante para o público ser governado apenas por um único, também é importante para ele que este que exerce essa função seja elevado de tal maneira acima dos outros que não haja ninguém que possa confundir ou comparar-se com ele, e podemos, sem sermos injustos para com o corpo do Estado, retirar-lhes as menores marcas de superioridade que o distingue dos membros. (Elias, ([1969] 2001, p. 132).

Em sua análise, Elias ([1969] 2001) faz uma comparação entre a atitude da sociedade de corte e da burguesia em relação ao ganho e ao gasto de dinheiro. As famílias burguesas submetem as despesas às receitas, procurando manter o consumo abaixo do que se recebe e garantindo o êxito social a partir de uma estratégia de ganhos e despesas no longo prazo. Na sociedade de corte, a lógica de prestígio é outra, há um consumo em função do *status*: gasta-se de acordo com o nível social possuído ou almejado, de modo que. “(...) até o fim do século XVIII (...) o termo ‘*économie*’, no



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

sentido de submeter os gastos aos rendimentos e à restrição planejada do consumo a fim de economizar, tem um sabor de desprezo nas bocas de aristocratas da corte” (ELIAS, [1969] 2001, p. 86).

Aqui encontramos um outro sistema social de normas e valores, cujos mandamentos são obrigatórios para os indivíduos, a não ser quando eles renunciam à convivência em seu círculo de sociedade, à participação em seu grupo social. Tais normas não podem ser esclarecidas a partir de um mistério encerrado no peito de grande número de homens singulares; elas só podem ser esclarecidas em conexão com a figuração específica que os muitos indivíduos formam conjuntamente, e com as interdependências específicas que os ligam uns aos outros. (Elias, [1969] 2001, p. 85).

Para Veblen ([1924] 1988, p. 36), o princípio geral do sistema convencional de consumo estabelece que a classe servil industrial consome o necessário à sua subsistência e nada mais do que isso, ficando os luxos e confortos da vida pertencentes à classe superior. Essa diferenciação se observa inclusive na alimentação, sendo certos alimentos e bebidas estritamente reservados à classe superior. Segundo ele, o consumo de bens de maior excelência se torna honorífico, uma prova de riqueza, de modo que passa a determinar a maneira de viver, a educação e a atividade intelectual. Há que se cultivar o gosto a fim de se distinguir o nobre do ignóbil.

Torna-se ele (*o nobre*) assim um *connoisseur* dos vários graus de valor dos alimentos, das bebidas e dos adornos masculinos, do vestuário adequado, da arquitetura, das armas, dos jogos, das danças e dos narcóticos. Esse cultivo do senso estético requer tempo e esforço; portanto, ele tende a transformar sua vida de ócio num aprendizado mais ou menos árduo para uma vida correta de ócio ostensivo. Estreitamente ligado ao requisito de livre consumo da espécie correta de bens existe um outro requisito; ele deve saber consumi-los de modo adequado. Sua vida de ócio deve ser corretamente conduzida. Daí o aparecimento das boas maneiras. (Veblen, [1924] 1988, p. 38).

De acordo com Veblen ([1924] 1988), nas “modernas comunidades civilizadas” a demarcação entre as classes sociais é “vaga e transitória”, e os códigos da boa reputação são impostos pela classe superior. As classes mais baixas entendem como “ideal de decência” os esquemas de vida impostos pela classe mais alta. “Sob pena de perder seu bom nome e respeito próprio em caso de fracasso, devem eles, pelo menos na aparência, conformar-se com o código aceito” (Veblen, [1924] 1988, p. 41). Essa abordagem das classes subordinadas buscando pertencer às classes superiores através da imitação, enquanto as classes superiores renunciam aos antigos marcadores para abraçar novos, buscando diferenciação, está presente também na teoria do *trickle-down* de Simmel e retomada por



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Grant McCracken (2003) em *Cultura e Consumo*, onde McCracken (2003) faz uma análise histórica do consumo a partir de três momentos decisivos: o período elisabetano na Inglaterra do século XVI, o *boom* no século XVIII e a consolidação do consumo no século XIX.

No reinado de Elisabeth, que governou de 1558 até sua morte, em 1603, houve a criação de espetáculos teatrais dedicados à monarca e ao engrandecimento de seu poder na corte. Para obter a atenção da rainha, os nobres eram persuadidos a abandonar seus sítios no campo e irem à corte, passando a conviver em um ambiente socialmente competitivo ao qual não estavam habituados. O distanciamento da sua localidade tornava os nobres cada vez mais dependentes do favor real e os levava a um excesso esbanjador de consumo como forma de obter posição social. Hábitos e comportamentos considerados adequados eram associados ao consumo como meios de manutenção ou elevação do *status* social.

Enquanto no período elisabetano o consumo era, em grande parte, restrito aos nobres, no século XVIII cresce o número de pessoas que se tornam aptas a consumir. Houve, nas palavras de McCracken (2003), um crescimento explosivo do consumo no espaço e no tempo, com o consumo “(...) começando a se instalar em mais lugares, sob novas influências, desempenhado por novos grupos, em busca de novos bens e em função de novos propósitos sociais e culturais” (McCRACKEN, 2003, p. 43). No século XIX, a transformação – iniciada no século XVI e que se expandiu no século XVIII – já era um fato social permanente, segundo o autor. Sociedade e consumo passam a estar intimamente ligados em uma relação dinâmica, contínua e permanente, conduzindo uma “(...) perpétua transformação do Ocidente” (Ibidem, 2003, p. 43).

O que seria, afinal, o consumo? Na definição do *Dicionário Aurélio*, consumo é “(...) ato ou efeito de consumir, de gastar; uso de mercadorias e serviços para satisfação de necessidades e desejos humanos” (FERREIRA, 2004, p. 261). Já o verbo consumir tem como significados “(...) corroer até a destruição, destruir; gastar (bens de consumo ou produção) pelo uso; adquirir bens de consumo ou produção” (Ibidem, 2004, p. 261). De acordo com Livia Barbosa e Colin Campbell (2006), o termo consumo deriva do latim *consumere*, que significa usar tudo, esgotar e destruir, e do termo em inglês *consummation*, que significa somar e adicionar. No Brasil o significado de consumo ficou mais próximo da dimensão negativa, visto como “(...) alienação, falta ou perda de autenticidade e um processo individualista e desagregador” (BARBOSA e CAMPBELL, 2006, p. 21), moralmente inferior ao campo da produção, do trabalho. Enquanto não trabalhar é um estigma, não consumir



seria uma qualidade. Everardo Rocha ([1985] 2010) observa que se fala em Revolução Industrial como algo sério e positivo e, em sociedade de consumo de forma pejorativa.

McCracken (2003) defende que a “grande transformação” do Ocidente incluiu não somente uma Revolução Industrial, mas também uma revolução do consumo. O autor define o consumo moderno como sendo um artefato histórico, cujas características atuais são resultado de séculos de mudanças sociais, econômicas e culturais no Ocidente. Assinala que cultura e consumo têm uma relação sem precedentes no mundo moderno e observa o consumo como um fenômeno totalmente cultural. Para ele, o consumo é muito mais amplo do que o ato de comprar, e sua definição deve incluir os processos pelos quais os bens e serviços de consumo são criados, comprados e usados. Os bens de consumo são carregados de significado cultural, e os consumidores utilizam esse significado com propósitos também culturais. Nas sociedades desenvolvidas ocidentais a cultura é profundamente ligada e dependente do consumo. Desse modo, o autor dialoga com a clássica definição de Douglas e Isherwood ([1978] 2013) de que os bens são neutros, seus usos são sociais.

De acordo com Everardo Rocha⁴, nas pesquisas que investigam as origens do ser humano a primeira pergunta a ser feita quando um objeto é encontrado é se ele é um fato geológico ou um artefato. A diferença entre fato geológico e artefato se dá na sua relação com o conjunto: enquanto o primeiro é aleatório, o segundo adquire seu significado ao fazer parte de um conjunto no qual os objetos estabelecem relações entre si, dotando-os, assim, de sentido recíproco. Essa ideia fornece uma chave importante para a compreensão do que é consumo, onde nada tem significado isoladamente, ainda que pareça. Diferentemente dos demais seres que sabem o que fazer a partir do seu nascimento, pois são biologicamente determinados, o ser humano precisa ser moldado culturalmente. Como fenômeno cultural, o consumo só existe para o outro, em um grupo; ele se explica somente pelo coletivo. Nada existe como cultura material enquanto não for socialmente compartilhado.

Para Douglas e Isherwood ([1978] 2013), nada tem valor por si mesmo, já que este valor é conferido pelos juízos humanos. Assim, o valor de cada coisa depende do seu lugar em relação a objetos complementares. Os bens são como bandeiras que assinalam os alinhamentos sociais, alinhamentos esses que regem a vida social. Mas, ainda segundo os autores, os bens de consumo não são meras mensagens; eles constituem o próprio sistema, de modo que, se tirados da interação

⁴ Anotações feitas em aula durante a disciplina COM 2515, Comunicação e práticas de consumo, ministrada pelo Prof. Dr. Everardo Rocha no segundo semestre de 2015 no PPGCOM da PUC-Rio.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

humana, tudo é desmantelado. O argumento é que todos os bens são portadores de significado, mas nenhum o é por si mesmo. “O significado está nas relações entre todos os bens, assim como a música está nas relações marcadas pelos sons e não em qualquer nota” (DOUGLAS e ISHERWOOD, [1978] 2013, p. 118).

Os bens funcionam também como instrumentos de mudança e carregam um registro de categorias e de princípios culturais (McCRACKEN, 2003). Sendo assim, a primeira atitude de um grupo que intenciona inovar é dispensar os bens de consumo que carregam sua definição convencional. Em seguida, começa a adotar os bens de outros grupos, para assim experimentar e talvez se apossar das propriedades significativas que neles residem. Para Rocha ([1985] 2010), o domínio do consumo é aquele no qual homens e objetos são postos em contato, e é pelo consumo que algumas das práticas mais humanas encontram espaço de realização. “Pelo consumo, os objetos diferenciam-se diferenciando (...) os homens entre si. O consumo é, no mundo burguês, o palco das diferenças” (ROCHA, [1985] 2010, p. 84).

A definição de consumo e da razão de consumirmos tem, para Campbell (2006), uma série de respostas amplamente aceitas, desde a satisfação de necessidades até a emulação dos outros, a busca do prazer, a defesa ou a afirmação de um *status* etc. Contudo, ao procurar entender por que o consumo tem tanta importância na vida das pessoas, conclui-se que talvez esteja suprindo uma função muito mais importante do que apenas satisfazer motivos ou intenções específicos que incitam seus atos individuais. Em outras palavras, é possível que o consumo tenha uma dimensão que o relacione com as mais profundas e definitivas questões que os seres humanos possam se fazer, questões relacionadas com a natureza da realidade e com o verdadeiro propósito da existência – questões do “ser e saber”.

Na perspectiva do consumo como fenômeno cultural e definidor de práticas sociais, típico da experiência social da modernidade (ROCHA, [2004] 2013), consumo e etiqueta estão intimamente relacionados, ambos diretamente ligados à questão do comportamento. Ao consumir, os indivíduos não buscam apenas a posse de um objeto; possuir determinados objetos diz algo sobre os grupos em que são inseridos, representando identidades culturais, desejos, modos de vida e aspirações sociais. Tanto os nobres participantes do cerimonial na sociedade de corte de Luís XIV, quanto aqueles que consumiam buscando prestígio na era elisabetana, desejavam o pertencimento, ora através do consumo, ora através da etiqueta (ROCHA, FRID e CORBO, 2016). Os manuais de civilidade



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

oferecem aos seus leitores a promessa de acesso aos modos corretos de se inserirem em uma sociedade moderna e, nela, se ajustarem adequadamente. Assim, o consumo aproxima-se do “tornar-se civilizado” que os manuais de civilidade e etiqueta vêm tentando ensinar ao longo dos séculos.

Sob a ótica de Elias ([1939] 2011), a forma como nos relacionamos não expressa a “natureza humana”, o tratamento que dispensamos cotidianamente uns aos outros é resultado de condicionamentos, de “adestramentos” da sociedade. Esse treinamento social, cultural e extensivo às práticas corriqueiras e banais, como também as situações excepcionais e ritualísticas, nos tornam civilizados em razão do desejo de nos portarmos como um determinado grupo, com objetivo de nos inserirmos e demonstrarmos que o dinheiro, em algumas circunstâncias, e as boas maneiras, em inúmeras outras, significa pertencimento, inclusão, modos de ser e de viver em sociedade.

Referências

BARBOSA, Livia, CAMPBELL, Colin (orgs). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

CAMPBELL, Colin [1987]. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

_____. **Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

CECCHIN, Cristiane, CUNHA, Maria Teresa Santos. **Tenha modos!** Educação e sociabilidades em manuais de civilidade e etiqueta (1900-1960). Departamento de História. Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc). X Simpósio Internacional Processo Civilizador. São Paulo: Unicamp, 2007.

CHARTIER, Roger [1986] (org.). **História da vida privada, volume 3: da Renascença ao Século das Luzes**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

CUNHA, Maria Teresa Santos. **Os dizeres das regras: um estudo sobre manuais de civilidade e etiqueta**. Universidade do Estado de Santa Catarina. Santa Catarina, 2004.

DOUGLAS, Mary, ISHERWOOD, Baron [1978]. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. 2ª edição. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013 (Coleção Etnologia).

DUMONT, Louis [1983]. **O individualismo: uma perspectiva antropológica da ideologia moderna**. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

ELIAS, Norbert [1969]. **A sociedade de corte: investigação sobre a sociologia da realeza e da aristocracia de corte**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

_____[1939]. **O processo civilizador, volume 1: Uma História dos Costumes**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

EWBANK, Thomas. **Vida no Brasil, ou Diário de uma visita à terra do cacauero e das palmeiras**. Belo Horizonte: Itatiaia, São Paulo: Edusp, 1976.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Miniaurélio**: o minidicionário da língua portuguesa. 6ª edição. Curitiba: Positivo, 2004.

FREYRE, Gilberto [1933]. **Casa-grande & senzala**: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal. 51ª ed. São Paulo: Global, 2006.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GOFFMAN, Erving [1956]. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Editora Vozes, 1975.

GORBERG, Marissa. **Parc Royal**: um magazine na modernidade carioca. Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil – CPDOC. Programa de Pós-Graduação em História, Política e Bens Culturais. Fundação Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, 2013.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura e consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003 (Coleção Cultura e Consumo / coordenação Everardo Rocha).

PILLA, Maria Cecília Barreto Amorim. **A arte de receber**: distinção e poder à boa mesa – 1900-1970. Curitiba, 2004.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. **A distinção e suas normas**: leituras e leitores dos manuais de etiqueta e civilidade – Rio de Janeiro, século XIX. Acervo, Rio de Janeiro, v. 8, número 1-2, p. 139-152, jan/dez 1995.

REVEL, Jacques [1986]. **Os usos da civilidade**. In: **História da vida privada, volume 3**: da Renascença ao Século das Luzes. Organização de Roger Chartier. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

ROCHA, Everardo, FRID, Marina, CORBO, William. **O paraíso do consumo**. Rio de Janeiro: Mauad/Editora PUC-Rio, 2016.

ROCHA, Everardo [1985]. **Magia e capitalismo**: um estudo antropológico da publicidade. 4ª edição. São Paulo: Brasiliense, 2010.

_____[2004]. **Os bens como cultura**: Mary Douglas e a antropologia do consumo. Prefácio à primeira edição brasileira. In: DOUGLAS, Mary, ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**: para uma antropologia do consumo. 2ª edição. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013 (Coleção Etnologia).

SENNET, Richard [1974]. **O declínio do homem público**. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

SIMMEL, Georg [1903]. **As grandes cidades e a vida do espírito**. Mana, 11/2, 2005, p. 577-591.

_____[1905]. **O indivíduo e a liberdade**. Extraído de: SOUZA, Jessé e ÖELZE, Berthold. Simmel e a modernidade. Brasília: UnB, 1998. p. 109-117.

VEBLEN, Thorstein [1924]. **A teoria da classe ociosa**: um estudo econômico das instituições. 3ª ed. São Paulo: Nova Cultural, 1988.