

**Sociedade de consumo: é possível ser criativo?
Reflexões sobre a relação entre criatividade e
consumo à luz de D. W. Winnicott**

*Nilce da Silva**

*Patrícia Cláudia da Costa***

*Marta Serra Young Picchioni****

Resumo: A partir de um excerto narrativo sobre uma situação de consumo, obtido no âmbito de uma pesquisa de mestrado no ano de 2006, refletimos sobre as possibilidades e limites do viver criativo na sociedade capitalista do século XXI. Tomamos como base teórica a transicionalidade postulada por Winnicott para elucidar a importância do fazer criativo na manutenção do sentimento de estar vivo no contexto da sociedade de consumo.

Palavras-chave: Consumo. Criatividade. Sujeito idoso. Sociedade capitalista. Transicionalidade.

* Pós-doutora em Educação na Université Paris Nord, com Doutorado na Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo (FE-USP) e Université Paris Nord. Docente da Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo. E-mail: nilce@usp.br

** Mestra em Educação (FE-USP), Coordenadora do Movimento de Alfabetização de Jovens e Adultos (Mova) – Guarulhos, SP. E-mail: patriciaclaudia@usp.br

*** Mestranda em Educação na FE-USP. Docente do Curso de Pedagogia do Instituto Singularidades. E-mail: mpicchioni@usp.br

**Society of consumption: is it possible to be creative?
Reflections about the relation between creativity and consumption
inspired by D. W. Winnicott**

Abstract: From a narrative excerpt about a consumption situation, obtained in a Master's Degree research at 2006, we reflect about possibilities and limits of creative living in the capitalist society of XXI century. We use the winnicottian idea of transitionality as theoretical basis to explain the importance of creative doing in the maintenance of the feeling of being alive in the consumption society context.

Key-words: Consumption. Creativity. Aged subject. Capitalist society. Transitionality.

Introdução

Em recente pesquisa sobre a motivação de pessoas idosas para freqüentar uma turma de alfabetização de jovens e adultos no âmbito de um movimento de educação popular (COSTA, 2008), entramos em contato com um denso conjunto de narrativas cujo enfoque incidia, dentre outros aspectos, sobre as maneiras como os sujeitos colaboradores têm vivido criativamente.

Para o presente artigo, selecionamos um excerto de tais narrativas no qual uma senhora de 69 anos expõe ao grupo de trabalho um episódio muito marcante em sua existência. Pretendemos analisá-lo por meio do enfoque teórico winnicottiano, no que se refere à importância do fazer criativo na manutenção do sentimento de estar vivo no contexto da sociedade de consumo.

Paralelamente ao enfoque winnicottiano, segundo o qual o sujeito exerce sua potência criadora, faz escolhas e atribui significados ao mundo objetivo que nos cerca, neste artigo, a leitura de tais escolhas não é compreendida somente como uma decisão individual e subjetiva, mas também como uma construção social que elege, de forma coletiva, escolhas, significados, e criações regidas por determinantes espaço-temporais que operam na constituição da subjetividade humana.

Iniciamos com a apresentação do trecho narrativo analisado, situando-o no contexto existencial de sua autora. Em seguida, destacamos algumas idéias de Winnicott sobre o fazer criativo e seu papel na manutenção da saúde mental na medida em que assegura ao sujeito o sentimento de que a vida vale a pena, assim como teceremos algumas considerações sobre a importância do viver criativo frente às adversidades enfrentadas por sujeitos idosos em processo de alfabetização numa era marcada pelo consumo. Finalmente, discutiremos as possibilidades e limites do viver criativo no seio da sociedade capitalista do século XXI.

A narrativa

O excerto exposto adiante faz parte de um conjunto de narrativas compartilhadas por um grupo de sete mulheres idosas que colaborou com uma pesquisa em nível de mestrado, iniciada em 2005 no Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo. O intuito da pesquisa era compreender a motivação que leva e mantém pessoas idosas para as salas de aula do Movimento de Alfabetização de Jovens e Adultos (MOVA-Guarulhos) à luz da teoria winnicottiana. Para tanto, foram realizados uma série de encontros sistemáticos, de maio de 2006 a novembro de 2007, nos quais a autobiografia educativa serviu como metodologia de pesquisa-formação.

Por ora, apresentamos o relato entusiasmado de uma senhora de 69 anos – viúva há pouco mais de um ano por ocasião da narrativa, após ter sido casada por mais de 50 anos. Ela foi a primeira aluna no núcleo de alfabetização estudado, fundado em 2004, e nele permanece até o presente momento. A mesma nos informou que sua frequência ao núcleo deve-se mais à possibilidade de sair de casa e distrair-se do que à necessidade de aprender a ler e a escrever. Rendeu-se ao convite somente depois de muita insistência da educadora e afirma não se arrepender porque a ida para a sala de aula foi, em alguns períodos ao longo desses quatro anos, o único pretexto para sair de casa e espárecer.

Em novembro de 2006, nos momentos finais de uma de nossas sessões de narrativas autobiográficas, Chacon¹ surpreendeu-nos com a seguinte revelação:

Chacon: Quando meu marido estava vivo, eu não podia dizer que precisava de alguma coisa, não. Porque quando eu fechava a boca, no outro dia ou de tarde, aquilo chegava. E me dava uma raiva porque eu [ênfase no pronome] queria comprar, entende? Mas, eu tinha que comprar no nome dele, né? Então, [ri] pra eu não escolher, porque quem gostava de escolher era ele... [puxa um exemplo após breve pausa] Uma vez eu falei que precisava de um liquidificador porque o meu estava ruim. Faltavam uns três dias para o pagamento. Aí, ele não falou nada. Eu falei pra ele não pedir nada que precisava de liquidificador porque o meu estava quebrado. Aí foi... quando ele recebeu o pagamento, passou nas Lojas Bahia e trouxe um desses 3 em 1. Agora, pra você ligar tem que levar aquele monte de troço [gesticula o transporte de um aparelho enorme] porque senão não liga.... Quando ele chegou com aquilo, ao invés de eu ficar contente, eu fiquei nervosa! “Mas, eu não queria esse trambolho. Eu queria um liquidificador!” [muda o tom, imitando o marido] “Mas, a mulher disse que esse faz isso, faz aquilo!” [retoma sua voz] “Mas, eu não estou a fim de fazer isso e fazer aquilo. Eu estou a fim de um liquidificador, né!” [muda voz] “Ah! Você nunca está bem com o que eu compro, né?” Eu falei: “Claro! Você nunca me dá.... Eu não vou falar mais nada. Uma vez, quando você pensar que não, eu vou chamar você lá na Casa Bahia só pra assinar o papel porque eu vou comprar!” Aí, passou e ele nervoso: “Eu não vou comprar mais nada, você fica nervosa com tudo!” E eu estou lá com o trambolho até hoje... Não comprei mais um liquidificador porque nele tem. Nele tem tudo, né? [pausa e acalma] Aí, a casa ficou muito vazia depois que ele se foi, né? Então, a minha sala, eu tinha mudado de sala que eu tinha puxado mais um cômodo, né? E aquela sala, não sei, eu olhava pra aquela sala, já entrava na sala e me dava um mal-estar porque parecia muito com ele... Ele sempre ficava sentado ali no sofá de frente para a televisão, o dia inteiro quase... Aí, falei para o meu filho. “Ah! Mãe, volta essa sala pra sala onde era que, ao menos, a senhora passa aqui direto.” Aí, falei: “Tá bom, você

¹ A pedido das colaboradoras e de acordo com Termo de Consentimento Livre e Esclarecido assinado pelas mesmas, utilizamos os nomes reais dos sujeitos envolvidos. No caso, estamos falando de Maria das Dores Chacon.

vem aqui para me ajudar que eu vou voltar”. Aí um dia, ele foi e eu passei tudo: passei estante, tudo o que era antes a sala, né? Aí, ficou aquele *vão vazio* [muda a fisionomia, misto de riso e aversão] Nossa! Ficou grande, vazia! Ficou pior do que quando estava com a sala! “É, mãe, a senhora tirou a sala daí?”. Mas, ficou melhor porque ficou do meu jeito. Aí, quando foi há uns 20 dias atrás, eu falei: “Sì, vamos lá em Guarulhos, comigo?” Para eu não ir sozinha, né? E ela falou assim: “Por que, mãe?” Eu só falei: “Vamos lá, vamos andar!” Aí, ela falou: “Aposto que você está aprontando! Você nunca chamou para ir pra Guarulhos, né!” Comecei a entrar nas lojas. Mas não fui nas Casas Bahia... entendeu? [ar de aversão] Eu não achei que eu devia ir lá! Passei na Marabrás primeiro e vi um jogo de mesa muito lindo! [euforia] Sabe quando você vê aquilo e fala: “É esse!” Não fui em mais loja nenhuma! A Si falou: “Vamos procurar!” Eu falei: “Não! Eu quero esse aqui e acabou!” Aí, ela: “Mãe, pra que isso aqui?” [muda tom de voz, muito decidido] “Mas é que eu quero esse!” Aí, ela: “Mãe, tem tanta loja!” E eu: “Não interessa! Eu quero ficar, quero comprar isso aqui e não vou andar mais. Eu quero isso aqui e pronto!” Aí, eu comprei uma mesa com... eram seis cadeiras, mas eu só peguei quatro... e aquele espelho bem grande na parede [gesticula a amplidão do espelho] e um móvel pra botar embaixo [gargalha com grande satisfação]. O cara avisou que eram três dias para ir montar. Eu disse: “Está bom!” Três para entregar e mais três para vir montar os móveis. E a Si: “Mamãe, por que a senhora fez isso?” Eu disse: “Porque essa sala estava vazia, estava me incomodando!” Gente, eu comprei... primeira vez que eu faço uma compra que todo mundo que vê adora [ênfatisa a frase inteira]. A minha filha, aquela que mora em São Paulo, falou assim pra mim: “Mãe, eu não sabia que a senhora tinha um gosto tão assim.... né? Porque é a primeira vez que a senhora faz uma compra e a senhora comprou uma coisa muito bonita!” Meu genro falou: “Isso foi seu gosto mesmo?” Eu falei: “Foi! Isso aqui foi [ênfase no pronome] eu que escolhi, eu que comprei!” Ele disse: “Olha, Dona Maria, parabéns porque está muito linda a sua casa!” A impressão que eu tenho é que quando eu entro naquela sala [ri], ela não faz parte da casa [gargalha e pára de fala].

Pesquisadora: Por quê?

Chacon: Porque na sala naquela sala.... e tem um corredor pra chegar na cozinha, tem meu quarto, tem o banheiro, tudo no

corredor. Aí, eu entro na cozinha e da cozinha eu viro pra sala. Aí, eu falei para as meninas que dá a impressão que aquela sala ali da que eu fiz não faz parte da casa! [risonha] Aí: “Mas, por quê?” Eu não sei, não entendi, mas parece que não faz! Eu acho a sala muito bonita! Eu acho a minha sala muito bonita....

Pesquisadora: E a senhora fez crediário para comprar a sala?

Chacon risonha: Fiz!

Pesquisadora: O primeiro crediário que a senhora fez?

Chacon: O primeiro crediário da minha vida!

Pesquisadora: E como a senhora se sentiu fazendo o crediário?

Chacon faceira: Ah! A pessoa mais importante da vida! [gargalha] O cara chegou lá [bate palmas imitando o entregador] “A Dona Maria Chacon está aí?” [gargalha] E o carnê ainda veio pelo Correio, né? No dia que veio a entrega pelo Correio, eu estava chegando da escola. Aí, ele falou: “A Dona Maria Chacon está aqui?” Eu falei: “Sou eu mesma!” Aquele envelopão... [ri] Eu nunca vi uma pessoa ficar tão feliz pra fazer uma dívida! [gargalha, o grupo acompanha] É a primeira dívida que eu fiz!

Pesquisadora: Quando foi isso?

Chacon: Foi agora, há uns 20 dias atrás!

Pesquisadora: Ah! Tá contente porque não começou a pagar ainda [grupo ri muito].

Chacon radiante: Vou pagar dia 27!

Pesquisadora risonha: E está feliz desse jeito?

Chacon: Muito feliz. Foi a primeira vez que eu comprei uma coisa do jeito que eu quis.

Diante do exposto, pretendemos trazer algumas idéias de Winnicott sobre o viver criativo de modo que possamos refletir sobre alguns significativos aspectos presentes na fala de Chacon. Vejamos, então, como o psicanalista inglês compreendia a criatividade e suas implicações na vida cotidiana.

O viver criativo na teoria winnicottiana

Para Winnicott (1975), a criatividade é condição fundamental para manutenção da saúde psíquica do sujeito. Ela é também o principal elemento constituinte de nossa subjetividade, posto que o verdadeiro *self* é construído a partir do ato criativo, inicialmente possibilitado por uma maternagem satisfatória. Isso acontece porque, em suas primeiras semanas de vida, o bebê não tem capacidade de perceber que ele e a mãe são indivíduos distintos. A mãe (figura que, na teoria winnicottiana, corresponde não somente à mãe biológica, mas a toda e qualquer pessoa que ocupe o papel materno), geralmente, sustenta essa crença por algum tempo, estando sempre na presença do bebê e atendendo prontamente a todas as suas necessidades. Conforme o bebê cresce e a mãe retoma sua “vida normal”, nem sempre ela estará disponível para o atendimento de todas as demandas que se fizerem presentes. Sucessivas ausências da mãe levam o bebê a descobrir que, diferentemente de sua ilusão de onipotência inicial, a mãe não faz parte dele e, portanto, ela não estará disponível a todo o momento.

A partir dessa descoberta, a mãe oferece condições para que o bebê perceba a si próprio como um ser individualizado e ao Outro como alguém diferente dele mesmo, reconhecendo a exterioridade das coisas visíveis, ao ponto de poder relacionar-se e usar os objetos. O uso ocorre de maneira a revestir o objeto de um significado especial para o sujeito em processo de constituição, inicialmente, como um substituto da presença materna. Quando assistimos a um bebê sugando o dedo ou distraíndo-se com um paninho, estamos presenciando o que Winnicott (1975, 1992) chamou de fenômeno transicional: o ser humano toma um

objeto pertencente ao mundo exterior e cria, a partir dele, um objeto transicional para suprir uma falta, para reerguer-se de uma desilusão – no caso do bebê, a desilusão decorrente da descoberta de que a mãe não faz parte dele próprio e, portanto, não estará disponível a todo tempo e de todo modo; no caso do adulto, as mais diversas desilusões atinentes aos inúmeros campos de preocupação humana.

Torna-se necessário enfatizar, no entanto, que todo esse processo faz parte de uma lenta conquista rumo à constituição de um sujeito desejante, que cria significados singulares aos objetos e instâncias que compõem seu entorno, permitindo aos mesmos que preencham seu mundo interno de sentido e significação. Tal operação nem sempre será bem sucedida e claro está que seu êxito é intimamente relacionado à existência de uma maternagem suficientemente boa, sem a qual o sujeito winnicottiano pleno corre o risco de não se constituir.

A criação de um sentido particular para um objeto – sentido este que não está no próprio objeto nem no mundo interior do sujeito que o utiliza, mas na área intermediária entre a realidade exterior e o mundo interior, ou seja, no espaço transicional – inscreve-se na origem da subjetividade: conforme desenvolve a capacidade de usar os objetos, de modo criativo, para diminuir a angústia originada pela descoberta da mãe como um “não-eu”, o bebê opera mecanismos rumo à constituição de si mesmo como um verdadeiro *self*, processo esse que é longo e contínuo e que adentrará por outras fases da vida.

Deste modo, a primeira e fundante desilusão corresponde à descoberta de estar só no mundo, o que vem a dar início ao processo de individuação do bebê e à necessidade de preencher o sentimento de vazio com algo consolador. Surge, então, o primeiro objeto transicional para preencher o espaço de ausência da mãe: o bebê cria um novo sentido a algum objeto que já existe em seu ambiente para, a partir desse novo sentido que pertence apenas ao bebê, tornar possível a continuidade de sua existência enquanto indivíduo.

Na vida adulta, a estrutura transicional da interação inicial com o mundo exterior continua existindo na forma das experiências culturais

e científicas, na religião e em diversas atividades do dia-a-dia: partimos de objetos – materiais e culturais – já existentes e os revestimos de um significado particular, ou seja, criamos algo paradoxalmente a partir daquilo que já existe. E quando criamos, constituímos nosso verdadeiro *self*.

A descrição winnicottiana da criatividade inclui metáforas que a explicam de modo que seus leitores possam percebê-la em um caráter distinto da usual definição que a ela confere sentidos relacionados à característica dos gênios ou dos artistas em geral: “para uma existência criativa não precisamos de nenhum talento especial” (WINNICOTT, 1999, p. 28). Assim, o conceito ganha o sentido de “ver o mundo com outros olhos o tempo todo” e ter prazer nesta visão, independentemente do resultado de nossas ações. Em seu artigo “Vivendo de modo criativo”, Winnicott enfatiza: “a criatividade é, portanto, a manutenção através da vida de algo que pertence à experiência infantil: a capacidade de criar o mundo” (p. 24). Mais adiante, ele diz: “no viver criativo, tanto você como eu descobrimos que tudo aquilo que fazemos fortalece o sentimento de que estamos vivos, de que somos nós mesmos” (p. 28).

Como dito acima, o primeiro ato criativo é uma resposta à “primeira desilusão”. O restante da vida compõe-se de uma sucessão variável de ilusões e desilusões. Trata-se de um contínuo e inevitável devir de (des)ilusões cujo descompasso, ou seja, a ocorrência de uma desilusão não seguida de uma ilusão que devolva ao sujeito um sentido para continuar existindo, pode comprometer a saúde psíquica do indivíduo. É por isso que a capacidade de criar, no sentido winnicottiano do termo, deve acompanhar os indivíduos saudáveis durante toda a vida, independentemente da idade da pessoa. Afinal, ela é a garantia do estabelecimento de sentidos para as ações humanas ao possibilitar a assunção da certeza de que “*viver vale a pena*”.

Todavia, não se pode olvidar a necessidade de adequar a manifestação do verdadeiro *self*, por meio dos atos criativos, às expectativas da sociedade do meio onde se vive. No caso que pretendemos aqui analisar, consideramos que uma pessoa idosa possui um acúmulo de experiências sociais (incluindo desde todos os níveis

de relações familiares até a ampla gama de interações sociais fora do ambiente caseiro) de modo que as possibilidades de desilusão/ilusão são grandes e variadas.

Com isso em mente, refletiremos a seguir acerca de como o simples fato de escolher uma mobília para preencher um espaço vazio, deixado pela perda do esposo, no contexto de uma vida marcada pelo pronto atendimento das necessidades materiais – atendimento este nem sempre satisfatório, por não contemplar o desejo de escolha e de autonomia – pode se constituir como uma privilegiada oportunidade de viver criativamente na medida em que, de acordo com Winnicott (1999, p. 23):

Seja qual for a definição a que chegemos, ela deve incluir a idéia de que a vida vale a pena – ou não – a ponto de a criatividade ser – ou não – uma parte da experiência de vida de cada um. Para ser criativa, uma pessoa tem que existir, e ter um sentimento de existência. (...) Em consequência, a criatividade é o fazer que, gerado a partir do ser, indica que aquele que é está vivo. Pode ser que o impulso esteja em repouso; mas quando a palavra ‘fazer’ pode ser usada com propriedade, já existe criatividade.

Consumo e sociedade atual

Elias (1994), no livro *A Sociedade dos Indivíduos*, nos alerta para importância de superarmos o pensamento dicotômico que separa a parte do todo, o micro do macro, o indivíduo da sociedade. Tal ranço interpretativo nos remete, de um lado, às teorias psicologizantes que concebem a subjetividade humana como encerrada em si própria e, de outro, aos determinismos sociológicos que não vêem saída possível ao sujeito, sempre submetido aos imperativos sociais, maiores e intransponíveis.

O autor postula que a sociedade é uma construção de indivíduos situados no tempo e no espaço e que, dessa forma, não se trata de uma instância anterior ou exterior aos mesmos, ao passo que, por sua vez, os indivíduos também são produtos de determinada ordem social, não existindo em seu interior nem posteriormente à experiência social. Essa

compreensão engendra, pois, a adoção de uma visão dialética, no sentido que as instâncias micro e macro se (re)constituem sistematicamente e que a oposição entre os sujeitos individuais e sociais se relativiza. O sujeito, seja ele qual for, só poderá ser produzido em dada ordem social e vice-versa, daí a dialeticidade.

A relação indivíduo-sociedade está colocada e somente nesta perspectiva podemos conceber que, mesmo numa sociedade regida pela economia de massa, as escolhas individuais, os caminhos e os contra-caminhos e, portanto, o viver criativo, também estão assegurados.

Consumo e sociedade atual, conforme o proposto neste subtítulo, aparecem-nos, praticamente, como sinônimos. Conforme Featherstone (1995, p. 31), três linhas distintas (econômica, sociológica e psicológica) regem o conceito de cultura do consumo:

A primeira é a concepção de que a cultura de consumo tem como premissa a expansão da produção capitalista de mercadorias, que deu origem a uma vasta acumulação de cultura material na forma de bens e locais de compra e consumo. Em segundo lugar, há a concepção mais estritamente sociológica de que a relação entre a satisfação proporcionada pelos bens e seu acesso socialmente estruturado é um jogo de soma zero, no qual a satisfação e o *status* dependem da exibição e da conservação das diferenças em condições de inflação. Nesse caso, focaliza-se o fato de que as pessoas usam as mercadorias de forma a criar vínculos ou estabelecer distinções sociais. E, terceiro lugar, há a questão dos prazeres emocionais do consumo, os sonhos e desejos celebrados no imaginário cultural consumista e em locais específicos de consumo que produzem diversos tipos de excitação física e prazeres estéticos.

No caso aqui apresentado, da senhora Chacon, ao que tudo indica, o seu poder de compra, de consumo, pode ser interpretado como exemplo da terceira linha aqui indicada, já que ela demonstrou visível prazer emocional em fazer “sua escolha”.

Entretanto, este prazer emocional, do nosso ponto de vista, é decorrente do fato de Chacon se colocar como consumidora, obrigação

imposta pela sociedade atual. Ou seja, ela, pela primeira vez em sua vida, viu-se desempenhando um papel socialmente valorizado (Cf. BAUMAN, 1999, p. 87-88). Neste sentido, embora distintas, essas três instâncias – econômica, social e psicológica – são inter-relacionadas.

Zygmunt Bauman (1999, p. 90) descreve o papel central que a aquisição de bens materiais tem tomado na vida dos indivíduos contemporâneos. Remédio contra todos os males, “a cultura da sociedade de consumo envolve, sobretudo, o esquecimento, não o aprendizado”. Consumir para preencher espaços vazios, para não se deparar com a falta, para compartilhar dos códigos sociais que dão acesso ao universo dos incluídos. Segundo o autor:

Para os consumidores da sociedade de consumo, estar em movimento – procurar, buscar, não encontrar ou, mais precisamente, não encontrar ainda – não é sinônimo de mal-estar, mas promessa de bem aventurança, talvez a própria bem aventurança (BAUMAN, 1999, p. 91).

Portanto, de acordo com Bauman (1999), as três linhas distintas que regem a cultura do consumo anteriormente citadas, alinham-se no sentido da busca incessante por um estado de bem-estar de modo que os indivíduos que compõem tal sociedade são capazes de iludir-se com as situações de consumo. Não nos compete avaliar o horizonte ético e político desse tipo de ilusão. Pretendemos apenas discutir como o consumo enquanto desejo caracterizador da sociedade atual, costumeiramente tratado sob os pontos de vista econômico e sociológico, pode ser interpretado com ênfase à sua dimensão psicológica. E para isso colocamos a questão do papel da criatividade na sociedade de consumo.

Compreendendo a história: é possível ser criativo na sociedade de consumo?

O relato de Chacon nos fala de um tempo de espera e de expectativa que é antecipadamente preenchido por seu marido de forma

que, na sociedade regida pelo imperativo do consumo, o ato final – de comprar – nunca pôde ser seu. É apenas com a morte do marido, e diante da ausência que essa nova circunstância trouxe para sua vida, que Chacon assumiu o comando de preencher as próprias lacunas, explicitadas de maneira concreta no grande vazio que se tornou sua sala – local em que o marido passava muitas horas.

Podemos pensar que o ato de convidar a filha para circular entre grandes lojas, escolher o produto desejado, assumir um financiamento para comprá-lo e, com ele, preencher o vazio de sua sala – e de sua existência – pode ser interpretado como um ato de emancipação. Consumir por conta própria, significa, numa sociedade de consumo, exercer a liberdade individual.

Estaria Chacon meramente reproduzindo um imperativo social maior, a saber, o de consumir a qualquer preço? Estaria ela exercendo sua potencialidade criativa e criadora no ato de escolher, pela primeira vez, algo de seu agrado e pago – em todos os sentidos – com seus próprios esforços?

Se pretendermos escapar dos determinismos psicológicos ou sociológicos, e relativizar os possíveis sentidos – conhecidos e desconhecidos – das ações humanas, devemos admitir que nem seu ato é mero produto de uma circunstância social externa a sua individualidade, nem tampouco seu ser não é tocado pela ordem sócio-cultural no qual se insere. Resta-nos, portanto a questão: é possível ser criativo na sociedade de consumo? Como?

A narradora inicia seu desabafo com a expressão do sentimento que desencadeia tudo o que está por vir: “Quando meu marido estava vivo, eu não podia dizer que precisava de alguma coisa, não. Porque quando eu fechava a boca, no outro dia ou de tarde, aquilo chegava. E me dava uma raiva porque eu [ênfase no pronome] queria comprar, entende?”

Sabemos que as mulheres, em nossa sociedade, padecem historicamente de uma situação de controle masculino. No caso da narradora, não houve fuga da regra. Casada em tenra idade, com um homem mais velho escolhido por seu pai, ela dedicou-se aos cuidados

do lar e nunca teve uma renda própria que lhe possibilitasse autonomia econômica e, conseqüentemente, condição de desfrutar a dimensão psicológica do consumo. Ou seja, o que estava em jogo não era exatamente o “poder comprar”, no sentido de deter os meios financeiros compatíveis com as oportunidades de aquisição de bens materiais. A questão é bem mais ampla e envolve um ponto fundamental no viver criativo: o ato de escolher.

No episódio relatado da compra de um eletrodoméstico que não atendeu às suas expectativas, apesar de ser apresentado como um aparelho superior em qualidade em relação ao solicitado, o impedimento imposto ao seu desejo de escolha faz-se evidente: “Mas, eu não queria esse trambolho. Eu queria um liquidificador! [...] Você nunca me dá [o que eu quero]. Eu não vou falar mais nada. Uma vez, quando você pensar que não, eu vou chamar você lá na Casa Bahia só pra assinar o papel porque eu vou comprar!”

A recusa de dar continuidade à queixa – expressa explicitamente em: *Eu não vou falar mais nada!* – ganha tons de protesto ao ser seguido pela declaração de que não importa quem pagará pela compra. O que influi de fato, para nossa narradora, é o exercício do papel de sujeito do ato de consumo, no caso, aquele que é capaz de deliberar sobre o objeto a ser consumido. Em última instância, o peso do fato narrado reside na definição de quem detém o poder de escolha, de quem paga o preço de escolher e desfrutar, por um lado, de um grau de liberdade mais amplo e, por outro, da responsabilidade que dele advém. Escolher é, neste sentido, um ato emancipatório.

Durante todo o casamento, a vinculação entre as dimensões econômica e psicológica não ocorreu de maneira clara. Apenas após a viuvez, elas se aproximaram. Comumente, nessa fase da vida, as mulheres se vêem lançadas ao desafio de tomar conta integralmente da manutenção de seus lares e de suas próprias vidas. É neste momento que, a despeito do baixo valor recebido como aposentadoria pelas participantes de nossa pesquisa, as mulheres idosas encontram a possibilidade de experimentar o consumo como um ato criativo, ou seja, enquanto oportunidade da experiência de livre escolha.

Na história narrada por Chacon, o primeiro fazer criativo diretamente relacionado ao consumo ocorreu, curiosamente, para preencher um espaço físico que havia sido deixado pela ausência de seu falecido esposo. Após algumas mudanças na decoração da casa, todas capitaneadas pela narradora, a mesma resolveu espontaneamente adquirir novos móveis para transformar o espaço que, por muito tempo, havia sido ocupado pelo sujeito que, segundo sua visão, impedira seu viver criativo no que se refere às ações de consumo. Tão logo resolveu efetuar a compra: “Comecei a entrar nas lojas. Mas não fui nas Casas Bahia... entendeu? [ar de aversão] Eu não achei que eu devia ir lá!” Nova recusa. A primeira manifestou-se na fala que expressou a queixa sobre a interdição da escolha. A segunda na determinação de não efetuar a compra no mesmo estabelecimento comercial utilizado pelo esposo, procurando afirmar sua alteridade em relação a este. Encontramos nessa opção um primeiro elemento do fazer criativo, na medida em que a narradora envolveu-se de tal modo na busca do rompimento com a costumeira situação de controle dos desejos de consumo que a fuga dos hábitos familiares impôs-se como primeira condição do seu novo fazer.

Desse modo, a escolha da loja, distinta da opção que certamente seu esposo teria feito, atrela-se à escolha do produto, que se dá de forma impulsiva. Ao ser reprimida pela filha diante do fato de efetuar a compra na primeira loja visitada, Chacon responde: “Não interessa! Eu quero ficar, quero comprar isso aqui e não vou andar mais. Eu quero isso aqui e pronto!” Deste modo, a pronta resolução aparece como afirmação da espontaneidade do seu gesto. Algo como se o sujeito tivesse urgência em estabelecer seu poder de consumo em função da dimensão psicológica a ele inerente, como postulada por Featherstone (1995).

Neste contexto, inferimos que a compra, por sua vez, preenche dois tipos de vazios, dois espaços transicionais distintos: um deles fundado na ilusão de escolha reiteradamente negada durante o casamento; o outro, na ausência física da figura do interditor que carecia de consolo. Afinal, quando questionada pela filha sobre a razão do seu impulso consumista, a narradora declara: “Porque essa sala estava

vazia, estava me incomodando! Gente, eu comprei... primeira vez que eu faço uma compra que todo mundo que vê adora!”. A afirmação do sucesso de sua compra na seqüência direta da assunção do vazio físico e emocional deixado pela morte do marido traduz, de forma contundente, o peso da dimensão psicológica em sua realização que, à primeira vista, poderia ser entendida apenas como uma relação de consumo típica na sociedade capitalista.

A todos os elogios pelo bom gosto na escolha dos móveis, seguidos do questionamento a respeito de sua escolha, ela não cansa de confirmar: “Foi! Isso aqui fui eu que escolhi, eu que comprei!”. No entanto, a radicalidade presente em sua primeira experiência como consumidora criativa chega ao extremo de provocar estranheza em si própria: “A impressão que eu tenho é que quando eu entro naquela sala [ri], ela não faz parte da casa [gargalha e pára de falar].”

No âmbito da análise do discurso de Chacon, poderíamos denominar sua ação como “consumo criativo”, já que emergiu de uma necessidade premente de seu ser, a saber, a de afirmar-se como sujeito ativo e responsável por seu próprio viver, presente em todo o processo aquisitivo: da afirmação de necessidade do objeto a ser comprado, passando pela definição do local de compra, do objeto em si e das formas de pagamento, até os prazeres mais subjetivos relacionados ao reconhecimento externo do sucesso do empreendimento, neste caso expresso pelos elogios de seus familiares. Isto porque, como pudemos observar ao longo da narração, a questão do custo dos objetos comprados ficou em último plano. Não apenas na seqüência narrativa, como na preocupação com todo o processo. De fato, a importância declarada ao ato de pagar não se mostrou relacionada com o custo em si, mas como uma nova oportunidade de transicionalidade.

Esse é justamente outro aspecto que precisamos ressaltar nestas considerações finais: a referida compra gerou a necessidade do primeiro crediário assumido em toda a vida da narradora. Mais que uma conta a ser paga, ele recebeu o sentido, em sua economia psíquica, de um sinal de autonomia. O fato de receber uma correspondência, por meio

do serviço de Correios, tem um significado muito especial na vida de indivíduos em processo de alfabetização, pois traz consigo um signo de inserção na cultura letrada. Cultura da qual, durante a maior parte de suas vidas, essas pessoas fizeram parte de maneira precária por não dominarem a decifração do código de acesso à mesma.

A partir do momento em que o código começa a ser compreendido e incorporado às suas atividades cotidianas, um envelope de correspondência é recebido como uma possibilidade a mais de sentir-se inserido no mundo letrado.

Dessa forma, ele pode revestir-se de um sentido muito especial para um sujeito em fase de encantamento com a língua escrita, certamente diverso do sentido que seria atribuído por alguém que sempre se reconheceu como um indivíduo alfabetizado. É nesse sentido que, ao receber o envelope com a cobrança da primeira compra realizada espontaneamente, a narradora declara: “Me senti a pessoa mais importante da vida! Eu nunca vi uma pessoa ficar tão feliz pra fazer uma dívida! É a primeira dívida que eu fiz! Foi a primeira vez que eu comprei uma coisa do jeito que eu quis.”

Compreendemos, então, que não foi o conteúdo do envelope em si que a deixou feliz, mas a carga de transicionalidade que ele portava. O sentido atribuído ao objeto “envelope” entregue em mãos pelo agente dos Correios inclui uma série de conquistas: o direito de escolha, a autonomia para exercê-lo, o preenchimento do espaço vazio deixado pela perda do esposo, o prazer advindo dos elogios recebidos pelo bom gosto presente na escolha e tantos outros que a narradora não revelou.

A narrativa nos demonstra que a criatividade ainda é possível na sociedade de consumo do século XXI desde que ela seja compreendida a partir dos componentes fundamentalmente psicológicos inerentes ao ato de comprar. Dito de outro modo, a despeito das previsões teóricas que apontam a contemporaneidade de um estado constante de desejo de acumular/trocar objetos, pautado em padrões culturais, vislumbramos outra forma de fruição do impulso de consumo: o prazer advindo das possibilidades de escolha e da experiência criativa no ato de comprar e em suas conseqüências.

Dessa maneira, salientamos que:

A experiência é um trafegar constante na ilusão, uma repetida procura de interação entre a criatividade e aquilo que o mundo tem a oferecer. A experiência é uma conquista da maturidade do ego, à qual o ambiente fornece um ingrediente essencial. Não é, de modo algum, alcançada sempre (WINNICOTT, 1990, p. 38).

Por ser uma construção constante, a experiência criativa não se esgota num único ato de compra, por mais carregado de emotividade e importância que ele tenha sido. Assim, inferimos que a experiência relatada por Chacon tende a reproduzir-se de outras formas e em outros sujeitos, sempre no sentido da afirmação do ser enquanto sujeito de escolha: “o fato é que aquilo que criamos já está lá, mas a criatividade reside no modo como conseguimos a percepção” de nossos atos (WINNICOTT, 1999, p. 37).

Afinal, na perspectiva aqui adotada, consumimos para firmar a certeza de que somos sujeitos capazes de desejar, escolher e concretizar positivamente as escolhas de acordo com os próprios desejos. O inverso também ocorre em larga escala, como bem denunciou o cantor Raul Seixas em uma de suas mais polêmicas composições, *Ouro de Tolo*:

[...] Eu devia estar feliz
Porque consegui comprar
Um Corcel 73...

[...] Ah!
Eu devia estar sorrindo
E orgulhoso
Por ter finalmente vencido na vida
Mas eu acho isso uma grande piada
E um tanto quanto perigosa...

Eu devia estar contente
Por ter conseguido
Tudo o que eu quis
Mas confesso abastalhado
Que eu estou decepcionado...

Porque foi tão fácil conseguir
E agora eu me pergunto “e daí?”
Eu tenho uma porção
De coisas grandes prá conquistar
E eu não posso ficar aí parado...

Finalmente, consideramos que o “não ficar parado”, além de ser o maior imperativo na sociedade de consumo, o é também no viver criativo. Nas palavras de Winnicott (1990, p. 37): “a palavra intermediária é certamente útil, mas a palavra transição implica movimento, e não podemos perdê-la de vista”.

No entanto, há que se levar em consideração que o “não ficar parado” pode ser motor para distintos tipos de ação. Desde o movimento cego, autômato e compulsivo pelo ato de consumir qualquer coisa a qualquer preço, até o ato genuinamente criativo que, mesmo diante de uma ordem imperativa por consumo, consegue se relacionar com um distanciamento suficiente para discernir entre desejo, necessidade e vontade. Essa é uma operação altamente sofisticada e somente possível aos sujeitos plenamente constituídos.

Concluimos, portanto, que sim, é possível ser criativo na sociedade do consumo e é possível consumir de modo criativo. Todavia, o exercício dessa criatividade não está dado de antemão, assim como o sujeito não está constituído de forma apriorística. Ser criativo na sociedade de consumo e consumir de forma criativa e criteriosa exigem, pois, a presença de um sujeito do desejo constituído, que saiba diferenciar entre o movimento desenfreado e dirigido a qualquer lugar e o movimento originado da potência desejante que é, justamente, um dos fatores que caracterizam a existência de um sujeito plenamente constituído.

Em última instância, concluimos que na sociedade atual ainda é possível a existência de sujeitos autônomos e absolutamente singulares; genuínos sujeitos do desejo, ainda que tal ordem social, massificada e massificante, prime por nos invocar ao movimento desenfreado, pouco criativo e autômato.

Referências

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

_____. **Modernidade e ambivalência**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

_____. **Globalização: as conseqüências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

COSTA, Patrícia C. **Sem medo de ser falante: as conquistas da oralidade por educandas idosas no MOVA-Guarulhos**. 2008. 197f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

ELIAS, Norbert. **A sociedade dos indivíduos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

WINNICOTT, Donald W. **O brincar e a realidade**. Rio de Janeiro: Imago, 1975.

_____. **O gesto espontâneo**. São Paulo: Martins Fontes, 1990.

_____. Transitional objects and Transitional Phenomena. In: _____. **Through pediatrics to psycho-analysis**. Londres: Karnac Books and the Institute of Psycho-analysis, 1992. p. 229-242.

_____. **Tudo começa em casa**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

Recebido em: 18 de fevereiro de 2008.

Aprovado em: 4 de maio de 2008.