

FÁBIO VIANA RIBEIRO

**ENTRE OS EXTREMOS DO CONSUMO:
FÂS, COLECIONADORES E AFICIONADOS**

PROGRAMA DE ESTUDOS PÓS-GRADUADOS EM
CIÊNCIAS SOCIAIS - DOUTORADO

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO / PUC-SP

São Paulo
2005

FÁBIO VIANA RIBEIRO

**ENTRE OS EXTREMOS DO CONSUMO:
FÃS, COLECIONADORES E AFICIONADOS**

Tese apresentada ao Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como requisito parcial à obtenção do título de Doutor em Ciências Sociais.

Orientadora: Prof^a. Dra. Silvia Helena S. Borelli.

São Paulo
2005

BANCA EXAMINADORA

Para Inácio e Bernardo, que viverão para sempre no coração de seus pais.

AGRADECIMENTOS

Sou imensamente grato à ajuda e presença de algumas pessoas:

Lucélia e Lígia; tão adoráveis e amorosas quanto poderiam ser uma esposa e uma filha;

Luciana Murari, Frederico Fonseca e Fátima Rossi; em Belo Horizonte e há tanto tempo, meus melhores amigos;

Irmã Ester, SMB; tia querida, pela constante presença e por ser exemplo tão vivo de tudo que acredito;

Simone Pereira da Costa, Marivânia Araújo e Eide Abreu; colegas e amigas, presentes nos momentos mais felizes e tristes de nossa família;

José Henrique Rollo Gonçalves; sempre disposto a discutir os aspectos mais improváveis de qualquer assunto;

Ao meu pai, minha mãe e meus irmãos; origem de muitas coisas e de uma vida em comum;

A todos os entrevistados, pessoas admiráveis: Osvaldo Teodoro Born, Vanderlei Cirino, Nicolau Pupna, Chrystian Ronaldo Silva, Daniele Sayuri Fujita, Eliana Silva, Carlos Augusto Ferreira; Edson Galhardi, Reginaldo Rocha Loures, Wilson Gato, Renato Marcello, Altair Galvão, José Carlos dos Santos, Ana Paula Marques e Fernando Camargo;

Ao Departamento de Ciências Sociais da UEM, à PPG e à CAPES, pelo apoio institucional necessário à realização do trabalho;

À Mariza Werneck e Marco Antônio Almeida, pelas muitíssimo valiosas sugestões;

À Silvia Borelli, minha orientadora; pela confiança que desde o início depositou no trabalho, pelo afetuoso convívio e pela maneira socrática com que o conduziu.

RESUMO

O trabalho busca compreender as práticas de colecionadores e fãs sob a perspectiva de se constituírem em ações fortemente marcadas por consciência e intencionalidade, bem como, sob outro ponto de vista, perceber as relações entre esses espaços e a sociedade de consumo com a qual se encontram vinculados. Segundo essa perspectiva, as práticas dos mais diversos grupos de aficionados encontram-se marcadas por características de cálculo e racionalidade que em muito as afastam da idéia, muito presente no senso comum, de ações predominantemente compulsivas e passionais. Tal racionalidade e cálculo encontram-se ainda ligadas à construção consciente de espaços plenamente controláveis e satisfatórios, dentro dos quais seria possível o estabelecimento de um controle inexistente em outros espaços da vida social. Em função mesmo de seu caráter não mercantil e não institucional, bem como dessa intencionalidade e cálculo, as relações de fãs e colecionadores com os mais variados temas e objetos terminariam se constituindo em “centros de produção” de um conhecimento muitas vezes significativo e específico a respeito dos mesmos, reinterpretados, assim, sob outras perspectivas que não aquelas em função das quais foram industrialmente produzidos.

ABSTRACT

This work tries to comprehend collectors and fans practices under a perspective by whom, these practices constitute themselves as actions strongly marked on consciousness and intentionality; besides, under another point of view, perceive the relations between these spaces and the consumption society in which they are inserted. According to this perspective, the most diversified affectionate groups practices find themselves characterized by such calculation and rationality so far apart the idea, carved on common sense, of predominantly compulsive and passionate actions. Such rationality and calculation find itself tightly connected to a sensible construction of widely controllable and satisfactory spaces, in which could be possible the institution of such a control unexisting anywhere else in social life. In function of its own non-profitable and non-institutional profile, as well as its intentionality and calculation, fans and collectors relations with its object of affection becomes production centers of such knowledge most of times meaningful and specific, re-interpreted, in this way, in other perspectives than those originally designed for these products.

SUMÁRIO

Introdução.....	01
Capítulo 01: Os mundos do consumo e o consumo de um mundo de coisas.....	19
Capítulo 02: Práticas de consumo: objetos e personalidades.....	73
Capítulo 03: Os muitos modos do consumo de uma coisa só.....	143
Conclusão.....	192
Bibliografia.....	202

INTRODUÇÃO

Ainda que o termo consumo seja, muitas vezes, simplesmente definido em oposição ao campo da produção, são muitos os motivos pelos quais poderia ser interpretado como algo que se estende além desta perspectiva, ou, em termos análogos, como possuindo lógicas de funcionamento que não poderiam ser entendidas como simples extensão da esfera da produção. Se o campo da produção se apresenta marcado pela maior previsibilidade possível de seus resultados, por um esforço de diminuir ao máximo os aspectos imponderáveis do comportamento humano, o mundo do consumo apresenta-se em larga medida como contraponto de tudo isso. Efetivamente, o campo da produção e do trabalho encontram-se marcados pelo controle sobre os próprios meios de produção e sobre aqueles que aos mesmos encontram-se submetidos. A possibilidade de modificação destas circunstâncias, do ponto de vista daqueles que aí só possuem como alternativa a venda de sua força de trabalho, encontra-se condicionada à modificação do próprio modo de produção. Por sua vez a esfera do consumo se apresenta como um mundo necessariamente constituído de escolhas; em última análise colocadas pelo próprio sistema, mas, fundamentalmente, decididas pelos indivíduos dentro de amplos e variados níveis de autonomia.

O mundo do consumo não é outro senão aquele no qual se deslocam diante do indivíduo objetos retirados do fluxo seriado e contínuo da produção para serem, num segundo momento, incorporados aos mundos do desejo particular de cada consumidor. A existência, na esfera do consumo, dos mais diversos mecanismos de restrição e formatação dessas vontades – estratégias de produção e distribuição, venda, publicidade, legislação, etc – não impede que as ações do consumidor se constituam nisso, em ações capazes de “dar vida” a objetos “imóveis e inanimados”; de, ao fazer isso, dar ao mesmo a certeza (ou sua sensação) de estar obtendo o sentido próprio, individual e particular que a lógica do consumo parece lhe colocar à disposição.

A definição a respeito de quais necessidades, aí inscritas, poderiam ser interpretadas como reais ou artificiais pouco altera a ordem destas escolhas, uma vez que, para tanto, só poderão ser definidas como uma coisa ou outra pelos próprios indivíduos. Nos termos dos problemas a serem discutidos mais adiante, da mesma forma que se pode considerar como sendo real em suas consequências aquilo que os indivíduos definem como sendo sua própria idéia de realidade, assim também determinados objetos podem ser considerados “necessários” em função de assim serem definidos por seus consumidores. De modo semelhante, os recursos através dos quais se busca “formatar” as escolhas do consumidor – publicidade, estratégias diversas de mercado, etc – possuem chances de controle nitidamente menores que aqueles existentes, por exemplo, no trabalho de um operário que atua na linha de produção. Por força dos diferentes meios de controle presentes nesta última, pouco importa aí que definições ou sentidos, por exemplo, o trabalhador irá atribuir a tudo aquilo que o envolve. Nas próprias condições em que vende sua força de trabalho – como mercadoria que se soma a outros meios de produção – não existe qualquer espaço significativo para que o trabalhador reinterprete, estabeleça escolhas ou até mesmo entenda como seus os meios utilizados e os resultados de sua própria atividade.

A observação de Marx de que “a produção não determina apenas o objeto produzido, mas também o modo de seu consumo, e também o seu consumidor”¹ relaciona produção e consumo como elementos de um mesmo processo. De fato, e não obstante a especificidade de cada uma dessas esferas, apenas a compreensão da relação existente entre ambas parece fornecer entendimento para cada parte: se por um lado os meios de produção não se encontram organizados senão pelo propósito de produzir bens a serem vendidos no mercado, por outro, as ações dos consumidores, mesmo que variando dentro de inumeráveis formas e modos, somente o farão dentro dos limites dados pelo próprio sistema de produção.

Observando o duplo caráter de qualquer mercadoria que possa ter utilidade ao homem, Marx estabelece a conhecida distinção entre dois valores que a acompanham: seu valor de uso e seu valor de troca. Se, em relação ao

¹ MARX, Karl F. **Manuscritos econômico-filosóficos e outros textos escolhidos**. São Paulo: Abril Cultural, 1974. p. 116.

primeiro, este valor refere-se tão somente ao seu uso ou consumo, algo misterioso ocorre em relação ao valor de troca. Na condição de objetos que poderão ser trocados no mercado, todo objeto assim constituído – e definido como mercadoria – possui seu valor relacionado à quantidade de trabalho social necessário à sua produção. O fato desse valor-trabalho não se apresentar visível nas relações de troca de mercadorias corresponde àquilo que Marx chama de “fetichismo da mercadoria”:

A mercadoria é misteriosa simplesmente por encobrir as características sociais do próprio trabalho dos homens, apresentando-as como características materiais e propriedades sociais inerentes aos produtos do trabalho; por ocultar, portanto, a relação social entre os trabalhos individuais dos produtores e o trabalho total, ao refleti-la como relação social existente, à margem deles, entre os produtos do seu próprio trabalho. Através dessa dissimulação, os produtos do trabalho se tornam mercadorias, coisas sociais, com propriedades perceptíveis e imperceptíveis aos sentidos. (...) Mas a forma mercadoria e a relação de valor entre os produtos do trabalho, a qual caracteriza essa forma, nada têm a ver com a natureza física desses produtos nem com as relações materiais dela decorrentes. Uma relação social definida, estabelecida entre os homens, assume a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas. Para encontrar um símile, temos de recorrer à região nebulosa da crença. Aí, os produtos do cérebro humano parecem dotados de vida própria, figuras autônomas que mantêm relações entre si e com os seres humanos. É o que ocorre com os produtos da mão humana, no mundo das mercadorias. Chamo a isso de fetichismo, que está sempre grudado aos produtos do trabalho, quando são gerados como mercadorias. É inseparável da produção de mercadorias.²

De fato, a eloquente demonstração a respeito do valor da mercadoria permite pouca dúvida a respeito da natureza do trabalho como único elemento capaz de criar valor e transformar objetos simplesmente úteis em mercadorias. Se, no plano geral, esta perspectiva possui um alto teor explicativo, os problemas começam a surgir em função de casos específicos. Escrevendo a respeito dos diversos processos de singularização que envolvem determinadas mercadorias, Igor Kopytoff observará que:

² MARX, Karl F. **O capital: crítica da economia política**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. p. 94.

O único momento em que o caráter mercantil se encontra fora de toda dúvida é o do intercâmbio real. A maior parte do tempo, quando a mercadoria se faz exterior à esfera mercantil, sua condição é inevitavelmente ambígua, e permanece aberta às pressões exercidas pelos acontecimentos e pelos desejos, em virtude de sua circulação ao longo do fluxo da vida social. Este é o período durante o qual a mercadoria está exposta a uma variedade quase infinita de usos particulares. Assim, as “singularizações” de diversos tipos, muitas das quais são efêmeras, constituem um acompanhamento constante da mercantilização, sobretudo quando esta se faz excessiva. Existe, pois, uma espécie de mercado negro singularizador que reflete o mercado negro comum que acompanha as economias singularizadoras reguladas. Em consequência, inclusive as coisas que possuem inequivocamente um valor de troca – e que portanto são, em termos formais, mercadorias – absorvem uma outra classe de valor, que não é monetária nem vai além da troca. Nisto consiste o aspecto ausente e não econômico daquilo que Marx chama de fetichismo da mercadoria. (...) Desse modo, nossa análise sugere que uma parcela desse dito poder se transfere à mercadoria depois que a mesma foi produzida, e que isto ocorre mediante um processo autônomo, cognoscitivo e cultural da singularização.³

Nestes termos, o campo do consumo poderia ser visto como contraposto ao da produção não apenas em relação aos termos assinalados – autonomia e maior controle disponíveis ao indivíduo enquanto consumidor – mas, fundamentalmente, pelo fato de se constituir em campo dentro do qual o império da “razão prática” não se apresenta como causa explicativa suficiente. A esse respeito, a crítica de Marshall Sahlins às explicações da cultura baseadas na atividade prática e no utilitarismo se constitui no corpo sobre o qual muitos dos problemas envolvidos na discussão da sociedade de consumo poderiam ser esclarecidos:

Contrapondo-se a todos esses gêneros e espécies de razão prática, este livro apresenta uma razão de outra espécie: a simbólica ou significativa. Toma como qualidade distintiva do homem não o fato de que ele deve viver num mundo material, circunstância que compartilha com todos os organismos, mas o fato de fazê-lo de acordo com um esquema significativo criado por si próprio, qualidade pela qual a humanidade é única. Por conseguinte, toma-se por qualidade decisiva da cultura – enquanto definidora para todo modo de

³ KOPYTOFF, Igor. *La biografía social de las cosas: la mercantilización como processo*. In: APPADURAI, Arjun (org.). **La vida social de las cosas**. Cidade do México: Grijalbo, 1991. pp. 111 e 112.

vida das propriedades que o caracterizam – não o fato de essa cultura poder conformar-se a pressões materiais, mas o fato de fazê-lo de acordo com um esquema simbólico definido, que nunca é o único possível. Por isso é a cultura que constitui utilidade.⁴

A análise dos diversos espaços de consumo presentes na vida social parece demonstrar, efetivamente, uma virtual impossibilidade de compreensão de seus “modos de funcionamento” que não considere as perspectivas dentro das quais se encontram articuladas suas mais diversas práticas. O que não significa dizer que as relações entre indústria de consumo e indivíduos, por exemplo, possam ser compreendidas como relações entre forças iguais ou que as ações destes últimos possuam uma autonomia quase absoluta. Tão longe disso quanto de quaisquer explicações que tentam compreender as ações de consumidores como resultado de sistemas infalíveis de controle e manipulação, o “comportamento do consumidor” parece se situar entre espaços de determinação e autonomia cujos resultados dependem tanto das características fornecidas pelo “ambiente social” – historicamente constituído, politicamente desigual, etc – quanto da forma como os mais variados contextos e situações são negociados, definidos, reinterpretados. Tal perspectiva encontra-se presente, de forma mais definida e variando dentro de diversas óticas, nos escritos de autores como Arjun Appadurai,⁵ Nestor García Canclini,⁶ Marshall Sahlins⁷ ou mesmo Clifford Geertz.⁸ Comum a todos, a idéia e o entendimento, aqui presentes, de tomar as relações dos indivíduos com o mundo dos objetos como relações que não poderiam ser compreendidas pelo simples recurso à ordem material.

Seria possível, naturalmente, falar em termos da autonomia ou indeterminação presentes também no âmbito da produção, ou ainda dos meios disponíveis e utilizados na “produção” do consumo. Se no primeiro caso, enquanto etapa inscrita na lógica do sistema capitalista, tal possibilidade de indeterminação e autonomia possuem um peso apenas residual, no segundo caso essas mesmas características se apresentam

⁴ SAHLINS, Marshall. **Cultura e razão prática**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979. p. 12.

⁵ APPADURAI, Arjun (org.). **La vida social de las cosas**. Cidade do México: Grijalbo, 1991.

⁶ CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.

⁷ SAHLINS, **op. cit.**

como elementos paradoxalmente necessários ao próprio consumo da produção. Ou seja, o fato de, nas sociedades capitalistas, a produção ser coletiva e a apropriação particular implica inevitáveis graus de imprecisão e possibilidades de reinterpretação à esfera do consumo. Persistem aí os elementos fundamentais à formação de uma subjetividade incapaz de ser controlada, organizados pela memória e pelo modo como cada indivíduo em particular é capaz de registrar e reter aquilo que restou do passado.

De forma semelhante, seria ainda possível pensar esse descompasso entre processos distintos de produção e consumo como elemento constituinte de aspectos centrais no entendimento das modernas sociedades capitalistas. Nesse sentido o individualismo, entendido como concepção do indivíduo enquanto “entidade autônoma”, apresenta-se dentro de contextos quase que auto-demonstráveis. Não por acaso e enquanto aspecto talvez mais visível desse processo, boa parte do esforço do sistema publicitário consiste em tornar particulares e personalizados objetos fundamentalmente produzidos de forma seriada e impessoal: “o carpete que você sonhou” (Tabacow); “a GM fotografou os seus pensamentos” (General Motors); “uma Giroflex que muda se você mudar de idéia” (Giroflex); “a emoção de estar mais perto de você” (Coca-Cola); “você conhece, você confia” (Volkswagen); “a Toshiba faz tudo hoje para realizar o que você espera do amanhã” (Toshiba); “o diálogo que faz de cada cliente um amigo exclusivo” (Banorte); “a emoção de estar mais perto de você” (Coca-Cola); “o prazer de ter você a bordo” (Vasp); “Globo e você, tudo a ver” (TV Globo); “cada vez mais com você” (Esso); “acima de tudo, você” (Varig); “pense na marca que pensa em você” (White Westinghouse); “sempre pensando em você” (Microlite), etc.⁹

O desenvolvimento dos meios de produção implica, naturalmente, no desenvolvimento dos meios através dos quais um universo cada vez maior de mercadorias produzidas para o mercado passarão a ser consumidas por indivíduos particulares. Mais que em nenhum outro período, como bem ilustra o vertiginoso crescimento do setor de serviços (do qual fazem parte a publicidade, os diversos ramos da administração, etc), o grande esforço do sistema vem a ser o de produzir um consumo diretamente proporcional

⁸ GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1989.

aquele disponibilizado pela produção. As muito significativas mudanças ocorridas no âmbito da produção (automação, novos materiais, organização do trabalho humano, etc) ao longo das últimas décadas impulsionaram a busca de formas cada vez mais sofisticadas e eficientes de estímulo ao consumo (mudanças no sistema de crédito, uso de novas tecnologias, meios de comunicação, etc), alterando não apenas os ritmos da produção quanto o próprio comportamento dos indivíduos em relação ao consumo.

Os altíssimos valores investidos dentro dos mais variados setores na produção dos mais diversos produtos,¹⁰ concebidos e planejados dentro de graus cada vez maiores de precisão e controle (de um conjunto total produzido, quantas mil unidades serão vendidas para o mercado externo ou interno, qual o tempo de obsolescência, quanto tempo levarão para serem substituídas, etc) fornecem um bom exemplo desse esforço de, por assim dizer, “produzir o consumo”; ou, em determinado sentido, imprimir à esfera do consumo um grau de previsibilidade tão alto quanto aquele presente na esfera da produção propriamente dita. Tal esforço se apresenta como algo paradoxal na medida em que sua eficiência encontra-se estreitamente vinculada às características “inconvenientemente humanizadas” do ambiente a que se dirige. Dito de outro modo, um empenho de recursos e capacidades que parece estar sempre distante de alcançar pleno controle sobre o comportamento dos indivíduos. Não obstante a sofisticação técnica alcançada pela publicidade e de forma geral pelas mais variadas estratégias de *marketing*, esse ideal de “produção do consumo” terá sempre como maior obstáculo uma condição inevitavelmente ambígua do próprio consumidor:

⁹ VEJA. São Paulo: Abril Cultural., nºs 24-37, ed. 1186-1199. 1991.

¹⁰ Como ilustração, números “triviais” do setor automobilístico: A Fiat anuncio que teve prejuízo líquido de 1,55 bilhão de euros (US\$ 2,055 bilhões) no ano passado, comparado a uma perda de 1,95 bilhão de euros no ano anterior. Segundo a companhia, 2004 foi o último ano em que ela perdeu dinheiro, depois que entrou em um acordo com a General Motors sobre a participação da companhia americana na sua unidade de automóveis. A Fiat prevê que o retorno sobre as vendas, número usado como indicador do lucro operacional, deverá ser de -1,5% no primeiro semestre deste ano, comparado a - 4,5% no acumulado de 2004. A receita do grupo encolheu 1,2%, para um total de 46,7 bilhões de euros no ano passado. Segundo a companhia italiana, depois de melhorar a performance operacional por oito trimestres consecutivos, ela terminou 2004 com lucro operacional de 22 milhões de euros, depois de ter resultado operacional líquido negativo de 510 milhões de euros em 2003. As vendas cresceram tanto na unidade de automóveis quanto na de componentes. A Fiat Auto teve alta de 5,5% nas vendas, em termos de receita, para 20,5 bilhões de euros (US\$ 27 bilhões). A receita com vendas cresceu 10% na Iveco, 20% na Ferrari e 5% na

Do ponto de vista cultural, a produção de mercadorias é também um processo cultural e cognitivo: as mercadorias não somente devem produzir-se materialmente como coisas, como também devem estar marcadas culturalmente como tipos particulares de coisas. Do conjunto total de coisas disponíveis em uma sociedade, somente algumas delas podem ser consideradas apropriadas para serem classificadas como mercadorias. Além disso, a mesma coisa pode ser concebida como mercadoria em um dado momento, mas não em outro. Por último, a mesma coisa pode ser vista simultaneamente como mercadoria por uma pessoa e como algo distinto para outra. Estas mudanças e diferenças em matéria de quando e como uma coisa se converte em mercadoria revelam a economia moral que está por trás da economia objetiva das transações visíveis.¹¹

* * *

Tais perspectivas e considerações podem adquirir sentidos tão mais pertinentes quanto mais pudessem ser utilizadas em relação ao multifacetado campo do consumo. Em meio à sua enorme diversidade, inscrevem-se aí espaços que, por sua própria definição e práticas a que se encontram associados, irão constituir diversos tipos de sociabilidade: as muitas modalidades do consumo vicário, o campo da moda, os quase infinitos mundos das coleções, etc. Longe da possibilidade de poderem ser ordenados em função de um único princípio de funcionamento, tais campos talvez só possam ser compreendidos através do modo como seus participantes decidem interpretar – aceitando ou rejeitando – seus mais variados conteúdos. O conceito de sociabilidade é aqui utilizado no sentido que lhe deu Georg Simmel:

Aqui, “sociedade” propriamente dita é o estar com um outro, para um outro, contra um outro que, através do veículo dos impulsos ou dos propósitos, forma e desenvolve os conteúdos e interesses materiais ou individuais. As formas nas quais resulta esse processo ganham vida própria. São liberadas de todos os laços com os conteúdos; existem por si mesmas e pelo fascínio que difundem pela própria liberação destes

Magneti Marelli. (Dow Jones). Fiat reduz prejuízo para 1,55 bilhão de euros em 2004. Disponível em <<http://www.dana.com.br>>. Acesso em: 01 mar. 2005.

¹¹ KOPYTOFF, **op. cit.** p. 89.

laços. É isto precisamente o fenômeno a que chamamos sociabilidade.¹²

Talvez, e de forma um tanto quanto óbvia, o mundo dos objetos inscritos no consumo cumprem, ou, no fim de tudo nunca deixaram de cumprir, o papel de aumentarem a capacidade humana natural de agir no mundo. Se o homem primitivo dispunha de recursos muito limitados para efeito de viver sua vida e garantir suas chances de sobrevivência, o desenvolvimento desses meios sofisticou e aumentou muitas vezes todo o quadro, não deixando, contudo, de permanecer possuindo a mesma natureza. Automóveis, eletrodomésticos, ferramentas, moedas fora de circulação, maços de cigarro ou dedais de costura, objetos visíveis e supostamente “necessários” ou total e inimaginavelmente “supérfluos”, continuam a ser buscados por suas propriedades “mágicas”, expressas sob os nomes de utilidade, valor, sentimento, beleza, raridade, etc. Em quaisquer dessas formas, o conjunto desses e outros muitos objetos, tão sedutoramente representado nos universos da sociedade de consumo e da publicidade, se constituem nos meios através dos quais os indivíduos buscam dar sentido a um ambiente que sempre foi, e talvez o seja cada vez mais, estranho às humanamente limitadas condições de sua existência.

Seja classificando, colecionando, comprando, utilizando ou preservando as mais diversas coisas, as relações entre indivíduos e objetos talvez nunca tenham deixado de serem buscadas por suas propriedades “mágicas”, compreendidas como capazes de dar sentidos inusuais e extra-cotidianos ao mundo. Quase um século depois de ter sido inventada, poucas pessoas são capazes, por exemplo, de explicar ou mesmo entender o funcionamento de um aparelho de televisão, ou de um telefone celular, de um computador, de um forno de microondas, etc. Não obstante isso, e talvez em grande parte por isso, esses e muitos outros bens de consumo são quase unanimemente desejados por sua capacidade de realizarem “coisas fantásticas”; de, por meios incompreensíveis, realizarem aquilo que teria de ser feito por meio de nosso próprio e ineficiente esforço físico. Não apenas esses, mas também outros tantos; tão compreensíveis em seu funcionamento quanto eventualmente carregados de significado: roupas, alimentos, brinquedos,

¹² SIMMEL, Georg. Sociabilidade – um exemplo de sociologia pura ou formal. In: MORAES FILHO, Evaristo (org.). **Simmel**. São Paulo: Ática, 1983. p. 168.

livros, etc. Em todos esses casos, a idéia de, por meio da posse e do uso adequado, encontrar acesso, sentido, tornar compreensível, agradável ou pleno um mundo que de outra forma o seria apenas parcialmente. Dos mais prosaicos aos mais enigmáticos objetos de consumo, do sapato utilizado para ir ao trabalho ao mundo de significados contidos no antigo e colorido estojo escolar, a idéia de regular, manipular, tornar mais seguro e compreensível o mundo parece sempre estar próxima do sentido último das quase infinitas formas e práticas que dizem respeito à relação dos indivíduos com o mundo dos objetos.

Mais que quaisquer outros grupos, as relações entre os mais diversos grupos de aficionados¹³ e seus objetos ou temáticas encontram-se organizadas dentro de padrões muito explícitos e visíveis. Quase tudo aí possui um significado preciso e incomum; só podendo ser decifrado através de um conhecimento e procedimentos específicos. Não por acaso, tais práticas, relativas à manipulação do mundo dos objetos colecionáveis, adquirem um sentido quase que sacerdotal: num mundo dominado por objetos transformados em mercadoria, tais objetos são destituídos dessa condição através das práticas de colecionadores – seus sacerdotes – adquirindo sentidos muito diversos daqueles que um dia possuíram na esfera do consumo “secularizado”: nenhum técnico ou nenhum vendedor de automóveis (e muito menos um simples consumidor) saberá mais a respeito de um jipe Willys 51 do que um colecionador de jipes Willys 51; eventualmente o próprio fabricante de um determinado tipo de faca esportiva saberá menos a respeito da mesma que um colecionador de facas, etc.

Além de suas funções por assim dizer atávicas, por que motivo os mundos do consumo parecem exercer tão intenso fascínio sobre os indivíduos? Nos grandes centros urbanos, em determinadas épocas do ano e em espaços determinados, são como que “celebrados” festivais de consumo em nome das grandes datas do comércio. Os *shopping centers* das grandes cidades do mundo ilustram bem esse inebriamento de vontades que circulam em torno do desejo de possuir a constelação de coisas que se oferecem à vista. Num

¹³ O termo “aficionado” refere-se aqui tanto ao conjunto de fãs e colecionadores quanto aos casos de “consumidores monotemáticos” que não poderiam ser propriamente caracterizados como fãs ou mesmo colecionadores. Por exemplo: sócios do “Opala Clube de Minas Gerais”; do “Omnibus do Brasil”; etc.

contexto em que os meios de administração e controle técnico (sistemas de automação, comunicação, transporte, planejamento urbano, etc) se desenvolvem num ritmo vertiginoso, em que a participação convencional na política perde sua força, o consumo surge paradoxalmente como alternativa de participação em função das diversas demandas que suscita e dos vários sentidos que lhe são atribuídos por indivíduos dotados de autonomia e consciência.¹⁴ Talvez pelas características das próprias ações inscritas no consumo, relativas a um mundo de objetos divulgados e expostos como fantásticos e capazes de mudar e alterar a vida daqueles que os comprarem, torna-se fascinante ao indivíduo imaginar que lhe basta adquirir aquele objeto para que tudo se altere; para que um contexto incontrolável, incompreensível e distante se transforme em algo particular, conhecido e próximo.

A idéia, já quase pertencente ao senso comum, a respeito da suposta distância entre o mundo das “necessidades reais” e o de todas as outras contidas na esfera de um “consumismo alienante” não parece ser, em determinado sentido, tão apropriada e ajustada aos complexos arranjos que se fazem presentes nesses espaços. Num mundo em que a tradição, os costumes e o sentido de comunidade encontram-se tão claramente separados da vida dos indivíduos – ou, quando muito, retornam sob forma de produtos e serviços que poderão ser adquiridos pelo canal de compras da televisão ou pelas opções do *telemarketing*... – todos os muitos objetos e serviços disponíveis no campo do consumo apresentam-se como já sendo a própria constituição do mundo. Em outros termos, perfeita ou imperfeitamente, é através da esfera do consumo que amplos contingentes de indivíduos¹⁵ irão “negociar”, dentro de variados níveis de oposição e adaptação, sua participação na vida cotidiana ou mesmo na política.¹⁶

¹⁴ CANCLINI, **op. cit.**

¹⁵ Aliás, cada vez mais amplos, caso seja considerada a incorporação – por meio do desenvolvimento do sistema de crédito, da publicidade, etc – de grupos até então situados à margem da sociedade de consumo. Ou seja, até mesmo os “estratos” da população “teoricamente” constituídos de não consumidores passaram a fazer parte de um outro grupo de consumo, para o qual foram desenvolvidos novos produtos, novo *marketing*, novas formas de crédito, etc. Como ilustração, o modo que algumas empresas descobriram para efeito de ampliar o consumo de seus serviços: “Por não conseguir se expandir mais entre as classes A e B, há quatro anos a Credicard também decidiu investir no segmento de menor poder aquisitivo. ‘Como convencer uma pessoa que já tem quatro cartões a ter mais um? Estamos preocupados em crescer, e isso só será possível se buscarmos o público de baixa renda. O crescimento da

Por outro lado, em proporções próximas à ocupação de todos os espaços do mundo por esse conjunto miraculoso de coisas, segue-se o crescente desenvolvimento dos meios de controle, produção e distribuição dos mesmos, relativos aos próprios objetos e aos indivíduos que, nesse sentido, adquirem simultaneamente como que suas próprias características de serialidade, descartabilidade e funcionalidade. O problema não nos parece exatamente contraditório caso seja considerado que a esfera do consumo – ou a própria sociedade de consumo – não parece ser inteiramente responsável pelo controle da vida dos indivíduos. Também todo mundo antigo, por meio de suas instituições e costumes, sempre exerceu grande controle sobre a vida dos mesmos; talvez com menores chances de serem efetivamente alteradas que aquelas presentes nas “regras” da sociedade de consumo.

Em meio a um universo quase infinito de objetos e mercadorias, destaca-se o insólito campo das coleções e das mais diversas modalidades de aficionismo. Ainda que guardando estreitas relações com o campo do consumo “convencional” o mundo das coleções diz respeito a toda sorte de objetos que, retirados da circulação econômica, passam a fazer parte de um outro campo, dentro do qual serão redefinidos e inscritos dentro de uma lógica totalmente diversa daquela presente no campo da circulação de mercadorias. Num sentido convencional, tais objetos jamais serão consumidos, bem como raramente utilizados dentro dos propósitos que orientaram sua produção. Separados de outros objetos, serão “consumidos” não em função destes propósitos, mas tão somente por suas características excepcionais. Passarão a ser preservados, admirados, classificados e redefinidos dentro de critérios construídos por aqueles que, por diversos meios, se colocaram em condições de *compreendê-los*. Nesse sentido,

economia, porém, é fundamental para chegar a esse objetivo’, diz Júlio Moreira, diretor de marketing. Os resultados dessa aposta da Credicard ainda são duvidosos. A baixa renda hoje representa 20,6% dos cartões emitidos no Brasil, mas o que ela gasta responde por apenas 3,5% do volume total de transações com cartão de crédito. A ‘boa’ notícia é que, pelo menos na Credicard, a inadimplência dos clientes de baixa renda, ao contrário do que se possa imaginar, não é superior à dos demais clientes’. SAFATLE, Amália e PACHECO Paula. Só falta a grana. **Carta Capital**. São Paulo, nº 183, pp. 29 e 30, abr. 2002.

¹⁶ MARTÍN-BARBERO. Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

consumidos dentro de uma lógica diversa à da sociedade de consumo: se nesta, a vertiginosa produção e circulação de mercadorias confere um sentido cada vez mais efêmero a todo e qualquer objeto, no campo das coleções, os mais diversos e improváveis objetos adquirem, principalmente pela presença do passado, importância e significados cada vez mais nítidos e estáveis.

Em um outro sentido, relativo ao ponto de vista de seus aficionados, tais objetos serão “consumidos” dentro de regras próprias e determinadas, ainda mais particulares que aquelas que orientam as práticas do consumo convencional. Tal semelhança, considerando a existência, em ambos os casos, de diversas regras relativas aos modos de aquisição, uso, preservação, emulação, etc, dos mais diversos objetos, encontra relação com outras características presentes nos dois campos: de modo oposto às práticas que orientam o consumo convencional, no qual a maior parte dos objetos são consumidos dentro da lógica com que são colocados no mercado – um maço de cigarros como simples embalagem descartável; um canivete como sendo tão somente uma ferramenta de corte, etc – de modo oposto a isso colecionadores, fãs e aficionados encontram-se empenhados num tipo de consumo que terminará na redefinição do próprio objeto. Nestes termos, longe de se constituir numa forma compulsiva de aquisição (ainda que freqüentemente obsessiva), o consumo dos mais diversos grupos de aficionados se apresentará muito mais reflexivo – no sentido da autonomia que caracteriza a ação de seus membros – que aquele presente nas práticas do consumo convencional.

Mesmo se constituindo num espaço a respeito do qual “tudo que há para ser dito pode parecer esquisito”,¹⁷ os traços mais incomuns relacionados ao campo de fãs e colecionadores encontram-se ligados à sua sociabilidade peculiar e às regras que, tacitamente, orientam as relações entre os membros de seus mais diversos grupos. Mais que isso, como sua conseqüência, à forma como muitos grupos de aficionados (em determinado sentido todos) encontram-se organizados como universos à parte, dentro de um modo e de uma forma que divide o mundo entre um “nós e eles”, entre

¹⁷ BENJAMIN, Walter. Desempacotando minha biblioteca. In: **Obras escolhidas – volume II**. São Paulo: Brasiliense, 1993. p. 228

aqueles que foram “tocados pela graça” e *compreenderam* o sentido mais profundo de determinado objeto ou tema e todos os outros, incapazes ou desinteressados dessa compreensão. Mesmo que tais procedimentos aparentem possuir, se observados do “mundo exterior”, níveis de imprecisão inconvenientemente elevados, normalmente não serão assim considerados por um “iniciado”. Ocorre aí, talvez em função da natureza voluntária e exclusivamente voltada a um único gosto, um reconhecimento de coisas que não necessita ser explicitado para efeito de se saber aplicável às mais variadas circunstâncias.

A própria idéia de se separar uma parte do mundo, dentro da qual é possível parar o tempo e viver dentro de uma ordem mais estável e satisfatória, parece possuir um forte vínculo com o pensamento romântico:¹⁸ em ambos os casos, uma idéia ou um objeto a serem sempre compreendidos como coisas que não encerram apenas em si mesmos seus significados. Para tanto, um brinquedo antigo possui sentidos que se estendem muito além de sua simples condição de objeto fora de uso: colecioná-lo significa saber sobre sua origem, seus antigos donos, os desenhos de sua embalagem, a publicidade que o acompanhava, fotos antigas, o processo de fabricação, etc. Nada talvez seja tão geral em relação ao comportamento de qualquer aficionado que esse preciosismo romântico: possivelmente inexiste algum colecionador ou fã dedicado a colecionar um objeto ou tema e que o faça tão somente em função daquilo que o mesmo (ou seu fabricante, etc) oferecia aos olhos e ao bolso. A primeira edição de um livro raro encontra-se muito longe de ser apenas a primeira edição de um livro raro; um automóvel dos

¹⁸ Não por acaso, a definição do verbete “romantismo” encontra-se fortemente associado a características que poderiam ser claramente encontradas entre colecionadores e fãs: “Movimento que arrebatou a cultura européia, e por consequência também a norte-americana, entre 1775 e 1830, apesar de ter sido prenunciado por alguns elementos culturais do século XVIII (culto ao antigo, os romances sentimentais, o gosto pelo sublime e pelo pitoresco, e acima de tudo o engrandecimento da natureza e do sentimento de Rousseau, em detrimento da civilização e do intelecto). O romantismo foi parcialmente uma reação contra a racionalidade rígida do Iluminismo, com a sua arte oficial, estética e neoclássica, a favor do subjetivo, do imaginativo e do emocional, do inspirador e do heróico (...). O conhecimento da natureza deste espírito (o Absoluto) não pode ser adquirido por meios racionais e analíticos, mas unicamente por uma absorção emocional e intuitiva, no seio desse processo de auto-realização (...). A arte romântica é assim essencialmente movimento, representada em buscas, jornadas e peregrinações, cujo objetivo é o regresso a um lar ou refúgio perdido” (...). BLACKBURN, Simon. Romantismo. In: **Dicionário Oxford de filosofia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997. p. 345.

anos 50 pode se encontrar associado a uma estética e a um conjunto de detalhes que provavelmente deixariam surpresos seu projetista e fabricante, etc. Em todo e qualquer objeto colecionável encontra-se contido, sob a perspectiva do colecionador, se não o próprio mundo, sua melhor parte, a mais conhecida e significativa.

Escrevendo a respeito do consumismo moderno, Collin Campbell observará uma curiosa relação entre este e a própria idéia de romantismo. Segundo este ponto de vista, a colocação do consumo em um pólo oposto àquilo que se costuma entender como romantismo se constitui num equívoco, na medida mesmo em que fenômenos tão evidentes como a publicidade, buscam estimular o consumo por meio de idéias e conceitos tipicamente românticos (ideais de grandeza e paixão, distanciamento da experiência diária, etc):

O fato de um material fundamentalmente “romântico” ser comumente utilizado na propaganda desta maneira foi freqüentemente percebido e por isso se pode dizer que uma consciência geral do elo entre “romantismo” e “consumo” já existe. No entanto, a suposição que tem prevalecido largamente, entre os cientistas sociais e, na verdade, entre acadêmicos e intelectuais em geral, vem sendo a de que são os anunciantes que escolheram fazer uso desse material, numa tentativa de promover os produtores que eles representam e, consequentemente, de que, na relação assim considerada, as crenças, aspirações e atitudes “românticas” sejam postas a funcionar no interesse de uma “sociedade de consumo”. Essa concepção é desafiada (embora não excluída) nas páginas que se seguem, onde se sustenta que deve ser levada a sério a relação inversa, na qual se considera o ingrediente “romântico” da cultura como havendo tido um papel fundamental no desenvolvimento do próprio consumismo moderno; na verdade, desde que o consumo pode determinar a procura e o abastecimento da procura, podia-se sustentar que o próprio romantismo desempenhou um papel decisivo ao facilitar a Revolução Industrial e, por essa razão, o caráter da economia moderna.¹⁹

Sob um ponto de vista sociológico, a racionalidade presente nas ações de colecionadores e fãs parece se chocar com a idéia de consumidores compulsivos dedicados a um único tema. Em sentido inverso, tais práticas, characteristicamente marcadas pelo cálculo e precisão de análise, estariam

mais próximas da postura de um técnico que de um consumidor compulsivo. De forma semelhante, a própria “decisão” de um colecionador ou de um fã de se dedicar ao cultivo de determinado tema ou objeto possui elementos que não poderiam ser considerados apenas do ponto de vista de sua passionalidade. Em grande medida o motivo central de toda coleção encontra-se relacionado à idéia de controle e domínio sobre uma parcela da realidade. Nesse sentido, um cálculo bastante racional: de modo diverso daquele que costuma caracterizar o mundo das “coisas comuns” e da vida cotidiana, no qual a “busca da felicidade” deverá ser feita em meio a muitas e variadas dificuldades (na vida profissional, familiar, espiritual, no amor, etc), o mundo das coleções oferece a possibilidade fazer essa busca depender de uma única fonte. Tal postura (igualmente romântica na medida em que busca encontrar um refúgio seguro do mundo e de suas contradições) tem sua racionalidade ligada ao fato de centralizar as ações de cada aficionado para um universo não problemático, apenas constituído por aquilo de que se gosta, povoado por outros que irão compartilhar desse mesmo gosto, alheio a inconvenientes de ordem institucional, etc. Um mundo que, construído de forma deliberada, efetivamente se mostrará melhor que qualquer outro.

Semelhante ao modo como suas práticas encontram-se opostas à lógica da mercadoria – na medida em que retiram seus objetos da circulação econômica, que sua preservação substitui o ciclo de deterioração natural do objeto, etc – os “saberes” de colecionadores e fãs terminam por acumular e construir espaços significativos dedicados aos mais diversos temas; tão específicos e qualificados quanto afastados das instituições que normalmente estariam encarregadas de “administrá-los” (museus, universidades, laboratórios, institutos, editoras, etc). Não por acaso, considerando a natureza e qualidade do conhecimento que, em geral, encontra-se sob domínio de qualquer aficionado, não são raros os casos de fãs ou colecionadores contratados pelas empresas ligadas aos seus respectivos temas.²⁰

¹⁹ CAMPBELL, Collin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno.** Rio de Janeiro: Rocco, 2001. p. 10.

²⁰ A descrição da contratação de um fã americano do super-herói Ultraman pela produtora do seriado ilustra bem o caso: “Seja em filmes ou nos capítulos da série, a *Tsuburaya Productions* estimula seus funcionários a criar e participar de todas as etapas das gravações. A maior parte da equipe, de secretárias a diretores, estão na empresa por serem fãs do herói. O americano Brad Warner, admirador de Ultraman

Seja como for, o conhecimento e a “experiência prática” sob domínio de fãs e colecionadores se situa num ponto de convergência entre outros modos de conhecimento e experiência: trazem consigo algo de “popular”, na medida em que produzem uma livre interpretação de seus temas, na medida em que, não possuindo normalmente qualquer vínculo institucional, cultivam um interesse, gosto, e interpretação desvinculados de suas versões “oficiais”. Como evidência disso, as sempre presentes reinterpretações e eventuais “reinvenções” que um fã-clube ou um grupo de colecionadores fazem a respeito de seus respectivos temas. Além dessa espécie de variante especializada da cultura popular (capaz de reinterpretar e atribuir novos sentidos aos produtos da indústria de consumo) suas práticas terminam por retirar aos seus objetos e temas parte daquilo que os ligavam ao campo do consumo convencional e da forma mercadoria.

Tais práticas, não exatamente apenas exóticas e pitorescas, não se encontrariam, desse modo, tão distantes assim do consumo convencional. Em relação a este, terminariam se constituindo na demonstração de modos através dos quais, mesmo as formas mais “controladas” e mercantilizadas de produção dos mais variados objetos refletem características de uma ação consciente e reinterpretativa dos indivíduos. Em certo sentido, a maior distância entre estas formas peculiares de consumo e suas versões “convencionais” diria respeito à sua maior carga de cálculo e intencionalidade, ao modo como tornam absolutas, em relação a um único tema ou objeto, práticas que em outras esferas do consumo se constituem em ações apenas eventuais e relativas.

Ainda que as primeiras coleções remontem, já dentro de seus principais traços, a períodos muito anteriores ao surgimento da escrita, suas formas atuais, inscritas no domínio da produção em massa e da “reprodutibilidade técnica” parecem se distinguir de todas as anteriores. Se, durante os séculos

*desde a infância, tem uma história interessante. Ele veio ao Japão para dar aulas de inglês. Quando chegou ao país ficou alucinado com a quantidade de produtos à venda. Mandou uma carta se oferecendo para trabalhar com Eiji Tsuburaya e foi contratado para o departamento internacional. E ainda teve chance de atuar em algumas gravações: ‘Participei de dois episódios e em outros dois filmes que precisavam de figurantes estrangeiros. Foi genial’, vibra.” RENTSCHLER, Mônica. Ultraman, o herói do Japão. **Made in Japan**, São Paulo, nº 13, pp. 34-41, 1998.*

que sucederam a descoberta dos novos continentes, a idéia de coleção se restringiu a objetos retirados da natureza – as chamadas coleções de *naturalia* – minerais, plantas e animais – e aos poucos que se dispunham a gastar elevadas somas de dinheiro em sua aquisição, mais tarde, nos períodos que se seguiram à Revolução Industrial, foram os objetos comuns, fabricados em série e acessíveis ao grande público que passaram a formar a maior parte das coleções. Como em outros campos, o surgimento da reproduzibilidade técnica e da produção em escala terminaram provocando mudanças significativas no campo das coleções, criando novas (e freqüentemente curiosas) modalidades e formas de consumo “monotemático”. Caso, por exemplo, do surgimento, no início do século passado, dos primeiros fã-clubes, dedicados ao “culto” e a organização de tudo aquilo que pudesse dizer respeito a vida de um ídolo criado pelos meios de comunicação de massa ou mesmo, contemporaneamente, de algumas formas de colecionismo voltadas à organização de peças accidentalmente diferenciadas.²¹ Coisas, aliás, não muito distantes daquilo que faziam antigos colecionadores que, por volta do século XII, se dedicavam à busca das mais insólitas relíquias - chifres de unicórnio, ossos de mártires, etc. Em ambos os casos, um esforço relacionado à busca do autêntico e do singular, bem como ao deslocamento de objetos comuns para um campo no qual pudessem ser reinscritos numa outra lógica de uso.

Não obstante o caráter insólito revelado por toda e qualquer coleção ou fã-clube, suas características verdadeiramente incomuns dizem respeito não exatamente aos seus próprios objetos ou temas, mas, antes de tudo, ao modo como esses espaços encontram-se conscientemente organizados e regulados. Ao buscarem antes de mais nada preservar e procurar outros sentidos para os mais diversos temas e objetos – operando, portanto, numa lógica oposta à lógica do consumo convencional e da forma mercadoria – fãs e colecionadores terminam se distinguindo por uma notável capacidade de redefinir um mundo de objetos e temas “verdadeiramente comuns” como coisas absolutamente enigmáticas.

²¹ Caso, por exemplo, de coleções de canivetes constituídas unicamente de peças “singularizadas” por meio de algum pequeno defeito de fabricação (uma lâmina invertida, o nome do fabricante incorretamente gravado, etc).

OS MUNDOS DO CONSUMO E O CONSUMO DE UM MUNDO DE COISAS

Desde pela manhã, a multidão crescia sempre. Nenhuma loja jamais tinha impressionado a capital com semelhante estrondear de publicidade. Agora, o Paraíso da Damas gastava por perto de seiscentos mil francos em cartazes e anúncios, em chamarizes de todo o gênero; o número de catálogos expedidos chegava a quatrocentos mil; faziam-se em tiras mais de cem mil francos de fazendas, para amostras. Era a invasão definitiva dos jornais, das paredes, dos ouvidos do público, como alguma trombeta monstruosa de bronze que sem descanso transmitisse aos quatro cantos do mundo o barulho infernal das grandes exposições.

Emile Zola – O Paraíso das Damas

O trecho acima, extraído de um livro escrito ainda no século XIX, revela a percepção do autor, já naquela época, de um dos traços mais evidentes e imediatos do consumo. Ou seja, sua onipresença e impositividade nas sociedades modernas. A observação de Zola sugere o crescimento sem precedentes do novo comércio, de novas formas, através das quais, todo tipo de mercadoria passaria a ser lançada no mercado. Não é preciso nenhum esforço de imaginação para encontrar, no mundo contemporâneo, os exemplos, multiplicados por mil, daquilo que naquele momento já se anunciava como uma assombrosa forma de fazer com que as pessoas comprassem tudo o que fosse possível lhes fazer comprar. Ao que tudo indica, os traços básicos do moderno consumismo já se encontravam ali presentes. Seu desenvolvimento posterior provavelmente apenas potencializou e sofisticou muitos de seus aspectos. Parte compulsória da vida e do cotidiano de praticamente todas as cidades do mundo, há, em meio à lógica do consumo, espaços que se contradizem entre o mais delicado lirismo e a mais destruidora exploração de recursos e vidas. Por sua óbvia necessidade de continuamente se expandir e se alterar, a investigação do campo do consumo comporta o fascínio de sempre estar a um passo do inesperado e do não previsto. Não deixa de ser curioso, por exemplo, o eterno empenho daqueles que o planejam, de fazer com que o consumo não seja interpretado como aquilo que é. Ou, mais exatamente dizendo, o

contínuo esforço feito pela publicidade (sua mais evidente representação) em passar a idéia de que o muitíssimo objetivo mundo da venda de mercadorias se constitui, na verdade, no delicioso mundo do prazer e da realização de sonhos. Traço que foi, aliás, precisamente abordado por Everardo Rocha:

Por isso, ali existe uma recorrência de expressões que adoçam a frieza dos números, a dureza da relação econômica. Categorias como *grátis, tenha, use e abuse, pegue, leve, é seu, feito para você, conquiste, venha possuir, venha conhecer, obtenha, exija, deseje, realize, sonhe, queira, deixe, tome, ganhe, escolha* e tantas outras, evocam uma recusa lógica da produção. Tudo acontece como numa sociedade de caçadores e coletores, onde a ociosidade da natureza e dos homens propicia a satisfação das necessidades – o consumo é “grátis”. David Ogilvy, um dos mais importantes publicitários do mundo, explicando como se escreve um texto e como deve ser composto um título (para ele, parte fundamental do anúncio), ensina que a palavra “grátis” é, obviamente, ótima. Ele diz: “as duas palavras mais poderosas a serem usadas num título são grátis e novo”. E consola: “nem sempre você pode usar grátis, mas quase sempre pode usar novo – se fizer um pouco de esforço.”²²

Mesmo quando não cobertos por esta “poética publicitária”, os processos de consumo se desenvolvem em meio a uma técnica que permanentemente se esforça por afastar seu óbvio motivo de existência. Algumas lojas e supermercados costumam se referir aos seus fornecedores e empregados como “parceiros” e “colaboradores”; em incontáveis palestras os especialistas se dedicam a explicar que, “atualmente e antes de tudo, é preciso satisfazer as necessidades do cliente”, etc. Considerando todas as dúvidas e suspeitas que posições deste tipo costumam levantar, há evidências suficientes para fazer acreditar que o consumo deixou efetivamente de ser mera relação comercial para fazer parte da própria sociabilidade moderna. Ainda que seja possível a idealização romântica e nostálgica do mundo antigo como tempo ainda não contaminado pela objetividade do moderno consumismo, nas sociedades modernas, por conta do desenvolvimento de um determinado modo de produção e de uma técnica correspondente, são praticamente ausentes os espaços sociais alheios a essa lógica. Arte, entretenimento, religião, esporte, educação e tudo quanto mais possa caracterizar as

²² ROCHA, Everardo P. Guimarães. **A sociedade do sonho: comunicação, cultura e consumo**. Rio de Janeiro, Mauad, 1995. p. 202 (grifos do autor)

sociedades contemporâneas, passaram potencialmente a fazer parte, com freqüência e intensidade cada vez maiores, daquilo que se convencionou chamar de mercado; passam a abarcar um conjunto de coisas que podem ser compradas, comparadas, classificadas, utilizadas, substituídas e recriadas de acordo com o “simples” desejo de novos consumidores.

O momento de surgimento da sociedade de consumo nos EEUU – em condições que seriam seguidas por outros países – encontra-se relacionado a um processo e contexto nítidos, cujo auge é freqüentemente situado nos anos que se seguiram à Segunda Guerra Mundial. A inserção dos indivíduos a esse novo quadro terminaria se constituindo num “detalhe” fundamental:

Ao final da Primeira Guerra Mundial, os Estados Unidos entram numa era de extraordinária prosperidade econômica, os “alegres anos 20”. A combinação de progresso tecnológico com abundância de créditos possibilitou a produção massiva de uma boa quantidade de utensílios, barateando seu custo e abrindo às massas as comportas do consumo, inaugurando o “consumo de massa”. O consumo requerido pela nova estrutura de produção, contudo, não era um hábito social; pelo contrário: enfrentava-se então a mentalidade de massas só recentemente urbanizadas, para as quais a tendência inicial era para a poupança. Para o “sistema”, era indispensável *educar as massas* para o consumo. Em 1919, dizia um magnata de Boston: “A produção em massa exige a educação das massas; as massas devem aprender a comportar-se como seres humanos num mundo de produção em massa. Devem adquirir não apenas a simples alfabetização, e sim uma certa cultura”. Mesmo tendo eclodido poucos anos depois a crise de 1929 e mais tarde a Segunda Guerra Mundial, tornando-se o consumo uma prática generalizada só a partir dos anos 1950, ele seria desde então um ingrediente-chave do estilo de vida e da cultura de massa norte-americanos.²³

Formando seu próprio ambiente, o consumo encontraria na publicidade um eficaz meio de expansão dos novos padrões de sociabilidade. Evitando a infrutífera discussão acerca da criação de necessidades pela indústria de consumo, Jesús Martín-Barbero observa ser justamente nesse período que a idéia de desejo (realizado ou não) passa a fazer parte do reino da

²³ MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001. pp. 204 e 205 (grifos do autor).

necessidade. Mais que isso, algo que já se encontraria inscrito no interior de um antigo processo de secularização, permitindo que o novo ideal de consumo se convertesse em um novo ideal de salvação:

A melhor expressão do modo como o consumo se converteu em elemento de *cultura* acha-se na mudança radical sofrida pela publicidade, por essa época, quando passou a invadir tudo, transformando a comunicação inteira em persuasão. Deixando de informar sobre o produto, a publicidade se dedica a *divulgar os objetos dando forma à demanda*, cuja matéria prima vai deixando de ser formada pelas necessidades e passa a ser constituída por desejos, ambições e frustrações dos sujeitos. Só agora o processo de secularização iniciado séculos antes chega de verdade às massas: quando o ideal de salvação for “convertido” no de *bem-estar*, essa figura *objetiva* da felicidade, já que é a única comprovável e mensurável em objetos. Ideal secular e democrático que estava na própria declaração de independência: “Todos os homens têm direito à felicidade”. Para a cultura de massa a publicidade não será somente a fonte mais vasta de seu financiamento; é também a força que produz seu encantamento.²⁴

Parece ter sempre havido, do ponto de vista dos autores que estudaram o problema do consumo, um esforço para extrair do conjunto de suas práticas um sentido único, capaz de explicar sua natureza ou, inversamente, mas com efeitos semelhantes, condicioná-lo às determinações de um outro contexto. A diversidade desses esforços parece contudo demonstrar, paradoxalmente, a existência de múltiplas lógicas que se aplicam às práticas de consumo. Possuindo este, como foi já observado, uma quase onipresença nas sociedades modernas, é perfeitamente possível imaginar que seus sentidos, sua prática, sua transformação, etc, sigam movimentos semelhantes àqueles executados pelos indivíduos e grupos que o operam. Por esse motivo, ainda que não possa ser negada a relação do moderno consumismo com o modo de produção capitalista e um sistema de troca baseado na forma mercadoria, ainda assim, parece temerário reduzir suas diversas práticas aos limites dessa única determinação.

No entanto, a racionalidade de tipo macrossocial definida pelos grandes agentes econômicos, não é a única que modela o consumo. Os estudos marxistas

²⁴ MARTÍN-BARBERO, **op. cit.**, p. 205 (grifos do autor).

sobre o consumo e sobre a primeira etapa da comunicação de massa (1950 a 1970) superestimaram a capacidade de determinação das empresas em relação aos usuários e às audiências. Uma teoria mais complexa sobre a interação entre produtores e consumidores, entre emissores e receptores, tal como a desenvolvem algumas correntes da antropologia e da sociologia urbana, revela que no consumo se manifesta também uma *racionalidade política interativa*. Quando vemos a proliferação de objetos e marcas, de redes de comunicação e de acesso ao consumo, a partir da perspectiva dos movimentos de consumidores e de suas demandas, percebemos que as regras – móveis – da distinção entre grupos, da expansão educacional e das inovações tecnológicas e da moda também intervêm nestes processos. (...) Consumir é participar de um cenário de disputas por aquilo que a sociedade produz e pelos modos de usá-lo. A importância que as demandas pelo aumento do consumo e pelo salário indireto adquirem nos conflitos sindicais e a reflexão crítica desenvolvida pelos agrupamentos de consumidores são evidência de como o consumo é pensado desde os setores populares. Se alguma vez esta questão foi território de decisões mais ou menos unilaterais, hoje é um espaço de interação, no qual os produtores e emissores não só devem seduzir os destinatários, mas também justificar-se racionalmente.²⁵

Por diversos modos, meios, técnicas, processos e tanto mais, o mundo do consumo passa contemporaneamente a ocupar virtualmente todos os espaços da vida social. A percepção de que o mundo ocidental estaria em vias de se transformar num potencial e gigantesco mercado de consumidores já era claramente notada por muitos autores no final do século XIX e início do século XX. É provável que, ao centrar sua análise do consumo como consequência ou fenômeno derivado do modo de produção, as análises marxistas tenham ocultado durante muito tempo a especificidade do problema. De um modo ou de outro, impulsionada pelo rápido desenvolvimento dos meios de comunicação, transporte, e dos próprios processos de produção, entre outros, a plena caracterização de uma sociedade de consumo se estabelece a partir da segunda metade do século XX. Não por acaso, as referências aos sistemas de consumo como elementos

²⁵ CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999. p. 78.

centrais de interpretação da modernidade tornam-se freqüentes, ainda que não necessariamente lhe indiquem uma centralidade explicativa ou causal.

Considerando, nesse sentido, a forma mercadoria como elemento central das modernas sociedades capitalistas, não seria impróprio apontar os campos do consumo como seu aspecto mais explícito e aparente. Formas em meio às quais se organizam cidades, meios de comunicação, arte, educação, etc. Talvez por esse motivo, por ser “apenas” a face mais explícita e palpável da forma mercadoria, não sejam tão freqüentes estudos sobre a temática do consumo nas ciências sociais. Diante do clássico argumento que sustenta a necessidade de sua análise “dentro de um contexto mais amplo”, a problemática do consumo seguiu sendo um tema secundário na sociologia, não obstante a argumentação de outros autores que apontam o campo do consumo como local privilegiado de incorporação, negociação e reinterpretação das regras do mundo social. O clássico estudo de Pierre Bourdieu a respeito dos vínculos existentes entre classe social e hábitos de consumo,²⁶ ainda que deixando de lado importantes questões que fazem das práticas de consumo contextos muito mais dinâmicos que o próprio trabalho permitiria concluir, expõe uma operacionalização do consumo como algo que, sendo ação consciente dos indivíduos, ocorre dentro de limites (bastante) determinados. Tal abordagem, aparentemente inspirada na conhecida tese de Veblen,²⁷ permite enxergar o consumo como espaço dotado de alguma autonomia e operado de acordo com regulamentos próprios. Contudo, da mesma forma que Veblen, o consumo é aí analisado dentro de um quadro em que os indivíduos praticamente se limitam a reproduzir aquilo que uma determinada exterioridade e condição adquirida os levaram a cumprir.

Ao contrário de outros temas das ciências sociais, a problemática do consumo apresenta uma dinâmica extremamente variável e, a despeito de muitas de suas análises mais conhecidas, estreitamente marcada pela ação consciente de seus agentes. Ou seja, não obstante todos os esforços empreendidos pela publicidade, *marketing*, planejamento de produção, etc,

²⁶ BOURDIEU, Pierre. Gostos de classe e estilos de vida. In: ORTIZ, Renato (org.). **Pierre Bourdieu**. São Paulo: Ática, 1983.

²⁷ VEBLEN, Thorstein. **A teoria da classe ociosa**. São Paulo: Pioneira, 1965.

significarem uma tentativa de formatar uma lógica e um controle sobre o consumo e sobre os consumidores, há sempre um contínuo surgimento de espaços e ações alheios a esses projetos. Um fato freqüentemente desconsiderado por esses profissionais, e também por muitos dos analistas do tema, relaciona-se, por exemplo, à experiência adquirida por seguidas gerações de indivíduos, suficiente para fazer dos atuais consumidores, em relação à sua credulidade e atitude diante do consumo e da publicidade, indivíduos muitíssimo distintos da geração que, por exemplo, descobriu a existência da televisão já em plena juventude. O indivíduo que, nas décadas de 50 e 60 via a publicidade veiculada na televisão como um fascinante serviço de utilidade pública, certamente já não é o mesmo consumidor que, usando um controle remoto, passeia por todos os canais que se encontram disponíveis em seu aparelho:

Há anos vem-se produzindo importante ampliação da paisagem televisiva. Às formas de televisão aberta se uniram a televisão a cabo, a internet, as televisões comunitárias, os canais locais, a televisão por satélite. Essa renovação não se restringe somente às modificações tecnológicas, mas pressiona os ordenamentos jurídicos, as relações das audiências com os produtos televisivos, as variações dos gostos e as transformações dos gêneros. Se os espectadores de televisão recebem atualmente mais mensagens televisivas, também variam as formas pelas quais se relacionam com elas, desde as maneiras como as selecionam até os modos como compõem autonomamente suas próprias fichas de programação ou desenham seus ritmos pessoais de recepção televisiva, agora muito mais impactadas pela possibilidade de *zapping*.²⁸

Não obstante as quase populares interpretações da indústria cultural e do consumo como instrumentos de controle e criação de necessidades artificiais,²⁹ seu crescimento exponencial no mundo contemporâneo não

²⁸ MARTÍN-BARBERO, Jesús e REY, Germán. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.p. 67.

²⁹ O texto de Theodor W. Adorno e Max Horkheimer “A indústria cultural” é clássico também nesse sentido. A análise aí feita da indústria cultural exclui praticamente qualquer possibilidade da mesma vir a se constituir em outra coisa senão meio de controle das massas: “A *atrofia da imaginação e da espontaneidade do consumidor cultural de hoje não tem necessidade de ser explicada em termos psicológicos. Os próprios produtos, desde o mais típico, o filme sonoro, paralisam aquelas faculdades pela sua própria constituição objetiva.*” ADORNO, Theodor W. e HORKHEIMER, Max. A indústria cultural. In: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990. p. 165.

parece significar, necessariamente, o surgimento de massas de indivíduos alter-controlados. Parece arriscado tentar compreender o acesso ao consumo por influência dos meios de comunicação de massa ou mesmo o consumo de diversos produtos da indústria cultural como sinônimos de uma adesão automática e inconsciente à própria sociedade de consumo. Tais esferas são muitas vezes vividas como “ordens distintas de realidade”, cujo acesso e utilização variam dentro de diversos níveis de adesão e comprometimento.³⁰ Um filme ou um agasalho esportivo podem, a despeito de toda publicidade e *marketing* utilizados, serem consumidos dentro de outras práticas e propósitos cuja origem é, muitas vezes, menos um escritório de publicidade que o mundo das ruas. Escrevendo sobre as relações entre moda e cotidiano, Gilles Lipovetsky observará que:

De fato, a Alta Costura deixou de dar o tom em matéria de moda, o *prêt-à-porter* e a rua erigiram-se em centros “autônomos” de moda. Quando a Alta Costura introduz a calça feminina em suas coleções, as mulheres já a tinham adotado maciçamente: em 1965, criavam-se industrialmente mais calças para mulheres do que saias. E quando Saint-Laurent, em 1966, integra os *jeans* em suas coleções, essa roupa já fora escolhida pelos jovens há muito tempo. “É preciso descer para a rua!”; de pioneira, a Alta Costura em sentido estrito tornou-se, antes de tudo, uma instituição de prestígio, consagrando o que é inovado em outras partes muito mais que impulsionando a ponta da moda.³¹

A estreita relação existente entre o mundo da vida cotidiana e o conjunto de coisas produzidas pela indústria de consumo – a moda, por exemplo – encontra-se marcada por um grande conjunto de determinações, distribuídas entre um pólo que só aparentemente apenas consome e outro que só aparentemente apenas produz. Uma questão que se refere ainda, nesse sentido, a indivíduos, espaços sociais e características daquilo que é objeto de consumo. De forma semelhante àquilo que se pode dizer em relação a televisão, o crescimento exponencial da indústria de consumo fez com que também se alterassem as próprias práticas de consumo dos indivíduos. A “reprodutibilidade técnica” presente no campo musical, por

³⁰ Para um excelente desenvolvimento desta idéia ver: SCHÜTZ, Alfred. Dom Quixote e o problema da realidade. In: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da literatura e suas fontes**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1981. pp. 191-213.

³¹ LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989. p 112.

exemplo, estendendo-se do antigo *long-play* ao DVD, dos diferentes recursos existentes na *internet* e ainda de tudo aquilo que é publicado e transmitido por outros meios, não faz com que apenas se multiplique por um número correspondente a população de consumidores de música. Mais que isso, parece formar-se, na seqüência desses processos, novos tipos de consumidores. Torna-se, assim, tão possível a existência de um público que irá consumir música como sendo tão somente aquilo que lhe é apresentado na prateleira de um supermercado, ou, por outro lado, de grupos que não comprarão qualquer música pelo motivo de estar sendo vendida num supermercado, de um terceiro que só irá comprar aquilo que já houver sido pirateado, etc. Questões muito ligadas à problemática da recepção cultural, compreendida como resultado das articulações que se constroem em torno e à partir das ações dos indivíduos:

A recepção, por conseguinte, não é um processo redutível ao psicológico e ao cotidiano, apesar de ancorar-se nessas esferas, mas é profundamente cultural e política. Isto é, os processos de recepção devem ser vistos como parte integrante das práticas culturais que articulam processos tanto subjetivos quanto objetivos, tanto micro (ambiente imediato controlado pelo sujeito) como macro (estrutura social que escapa a esse controle). A recepção é, então, um contexto complexo, multidimensional, em que as pessoas vivem o seu cotidiano. Ao mesmo tempo, ao viverem este cotidiano inscrevem-se em relações de poder estruturais e históricas, as quais extrapolam suas práticas cotidianas. Este é o conjunto de pressupostos teóricos que informam uma teoria compreensiva dos estudos de recepção. E essa é, a nosso ver, a contribuição distintiva da teoria latino-americana das mediações. A produção e a reprodução social do sentido, envolvida nos processos culturais não são apenas uma questão de significação, mas também, e principalmente, uma questão de poder.³²

É preciso observar que, de forma semelhante, o estudo e o entendimento relacionados aos problemas do consumo – não obstante as muitas suspeitas que pairam a respeito de sua “real significação” – permitem concluir que sua adequada compreensão derivaria menos da desconsideração das relações políticas que o afetam que da evidente percepção de sua

³² LOPES, Maria Immacolata Vassallo; BORELLI, Silvia Helena Simões; RESENDE, Vera Rocha. **Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade.** São Paulo: Summus, 2002. p. 32.

ocorrência. Algo que, paradoxalmente, se reflete na própria construção da idéia de consumo – através do sistema publicitário, por exemplo –, como não sendo senão espaço de manifestação das escolhas e desejos individuais.³³

Num dos raros trabalhos de fôlego escritos recentemente sobre o assunto, o livro de Colin Campbell “A ética romântica e o espírito do consumismo moderno” tenta elucidar, ou pelo menos indicar, o que de fato há de tão peculiar no consumo. Escrevendo sobre a insuficiência das teorias de McKendrick, Veblen e Adorno, Campbell conclui que a questão central do moderno consumismo diz respeito àquilo que denomina de “inexauribilidade de carências”:

Pois a verdade é que um mistério rodeia o comportamento do consumidor ou, pelo menos, há um mistério que rodeia o comportamento dos consumidores nas sociedades industriais modernas. Não diz respeito à escolha dos produtos, nem às razões por que alguns grupos apresentam padrões de consumo diferentes dos outros. Nem envolve a questão sobre quanto de um produto uma pessoa consente em comprar por um determinado preço, nem a que espécie de forças subconscientes podem influir nessa decisão. O mistério é mais fundamental que qualquer desses e se refere à própria essência do consumo moderno – a seu caráter, como uma atividade que envolve uma busca interminável de necessidades: o aspecto mais característico do consumo moderno é essa insaciabilidade.³⁴

E ainda, concluindo:

Isto não significa dizer que a própria insaciabilidade seja especialmente difícil de compreender, ou que ela se limite à sociedade moderna. Pois há indícios mais que

³³ O que, aliás, poderia ser resumido numa elementar e convincente explicação a respeito da idéia de poder:

“Humpty dumpty sorriu com desdém. – Claro que você não sabe, até eu lhe dizer. O que quero lhe dizer é: ‘eis aí um argumento arrasador para você.’”

– *Mas ‘glória’ não significa um ‘argumento arrasador’* objetou Alice.

– *Quando eu uso uma palavra – disse Humpty Dumpty em tom escarninho – ela significa que eu quero que ela signifique... nem mais nem menos.*

– *A questão – ponderou Alice – é saber se o senhor pode fazer as palavras dizerem coisas diferentes.*

– *A questão – replicou Humpty Dumpty – é saber quem é que manda. É só isso.*” CARROLL, Lewis. **Aventuras de Alice**. São Paulo: Summus, 1980.

³⁴ CAMPBELL, Collin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001. p. 58.

suficientes para sugerir que os seres humanos, em todas as culturas, são capazes de desenvolver inclinações. Poder-se-ia dizer que os conquistadores espanhóis tinham uma insaciável ganância de ouro, ou que Don Juan era analogamente difícil de satisfazer quando se tratava de mulher. Tais apetites não saciáveis possuem porém, peculiarmente, um foco de único produto, como ocorre com o alcoolismo ou com a toxicomania. Em contraste, o consumidor moderno (embora não refratário a tais tentações) se caracteriza por uma insaciabilidade que se eleva de uma básica inexauribilidade das próprias carências, que se levantam sempre, como uma fênix, das cinzas de suas antecessoras. (...) O processo é incessante e ininterrupto. Raramente pode um habitante da sociedade moderna, não importa quão privilegiado ou opulento, declarar que não há nada que não esteja querendo. Que isso deva ser assim nos causa admiração. Como é possível às necessidades aparecerem com tamanha constância, e de uma forma tão inexaurível, especialmente quando se referem, tipicamente, a novos produtos e serviços?³⁵

As observações de Campbell a respeito do moderno consumismo, ainda que em alguns momentos possam ser confundidas com uma crítica moral a esse conjunto de práticas³⁶, buscam encontrar, nem mais nem menos, a essência – em suas palavras, “seu caráter” – do consumismo moderno. A realização desse propósito não parece estar ligada, entretanto, à enorme riqueza de formas e estratégias aplicadas ao consumo por indivíduos cada vez mais conscientes e esquivos às suas regras e princípios de funcionamento. Ao ignorá-las, o objetivo de Collin Campbell termina sendo uma compreensão do consumo em si mesmo, menos que uma relação de práticas continuamente modificada e atualizável.

Não obstante seu esforço em atingir esse “núcleo vital” do moderno consumismo, ou talvez exatamente por pretender alcançá-lo, o trabalho de Campbell deixa de fora outros usos e práticas de consumo – outras sociabilidades – que, mesmo sendo partes inseparáveis do consumismo

³⁵ CAMPBELL, **op. cit.**, p. 59.

³⁶ Antes disso, é o próprio Campbell quem critica essa tendência: “Além disso, a discussão do consumo pelos cientistas sociais está singularmente assinalada pela tendência a substituir a análise cuidadosa pela moralização, obrigando assim a teorização existente a ficar desfigurada por importunas observações de caráter ideológico. Esses dois fatores operam, quando combinados, para gerar uma visão do comportamento do consumidor moderno como uma forma de conduta que é, ao mesmo tempo, ‘irracional e repreensível.’” CAMPBELL, **op. cit.**, p. 86.

moderno, não se encontram contempladas em sua perspectiva. Seria difícil, e talvez mesmo desnecessário, encontrar numa supostamente existente essência de um fenômeno como o do consumismo moderno, respostas para questões que poderiam ser encontradas nas ações de consumidores conscientes. Nesses termos, maiores esclarecimentos poderiam ser obtidos ao considerar o consumo como conjunto de práticas, tão dinâmicas e multiformes quantos são os diversos arranjos, construções e reconstruções que sobre ele podem fazer os indivíduos.

Quase tão enigmática quanto a questão colocada por Campbell, seria o porquê de serem contemporaneamente tão escassos os estudos nas ciências sociais sobre o problema do consumo. De maneira geral, a maioria dos obstáculos parece derivar de abordagens economicistas e suas variantes. Parte do próprio marxismo, ao colocar o consumo como sendo mera etapa do sistema de produção, contribuiu em muito para que o assunto permanecesse fora das agendas habituais de pesquisa. Quando muito e conforme já foi sugerido, a temática do consumo - que, como cada vez mais se percebe, apresenta-se refratária a interpretações tão lineares quanto as que povoam a ciência econômica - é caracterizada como “algo de fundamental importância”, mas que deveria, contudo, ser analisada “dentro de um contexto mais amplo”, ou seja - e novamente - como simples consequência do processo de produção. O próprio Campbell sugere uma explicação semelhante para o problema:

Isso, em grande parte, foi porque o tema do consumidor moderno fora deixado quase exclusivamente para os economistas, que, characteristicamente, trabalharam com um arcabouço anistórico de suposições, tratando o comportamento do consumidor, basicamente, do mesmo jeito que todas as pessoas de todos os tempos. (...) Além disso, também estava claro, a partir do material produzido, assim como dos meus próprios estudos sobre a década de 1960 e sobre o primeiro movimento romântico, que outros fenômenos, em grande parte desprezados pelos cientistas sociais, estavam de algum modo profundamente relacionados tanto com essa revolução como com o comportamento do consumidor moderno - fenômenos tais como a moda, o amor romântico, o gosto e a leitura de ficção.³⁷

E ainda:

³⁷ CAMPBELL, **op. cit.**, pp. 17 e 18.

O fato de esses tópicos terem sido muito desprezados me parece, agora, um motivo de grande pesar, pois, embora possa ser mostrado que alguns, como a moda e o amor romântico, deixaram grandemente de atrair a atenção dos sociólogos em vista da ausência de quaisquer perspectivas teóricas influentes que pudesse ter indicado sua importância, sua penetrante presença em todo o mundo moderno é bastante evidente em si mesma. O desprezá-los, portanto, deve ser primeiramente compreendido como algo resultante do preconceito, que provém de uma tendência geral a admitir, antes de qualquer pesquisa, que tais fenômenos são, de alguma forma, essencialmente triviais e não merecedores de estudo sério.(...)³⁸

Finalmente, conforme demonstrou Marshall Sahlins,³⁹ pensar a cultura moderna como domínio exclusivo da racionalidade econômica constitui grande equívoco. Em muitos de seus espaços predominam, coexistem e freqüentemente prevalecem lógicas e práticas que não podem ser explicadas a partir de princípios econômicos. Dessa forma, pensar muitas de nossas práticas – as presentes no consumo, por exemplo – como fortemente carregadas de valores simbólicos, não significa lhes descobrir aspectos exóticos e secundários; muitas vezes – como o próprio Sahlins também demonstrou – apenas a percepção do sentido simbólico dessas práticas é capaz de lhes revelar o significado. Tal observação carrega certa relevância ao se considerar que, se muitas das formas de explicação do consumismo moderno terminaram por lhe dirigir condenações de irracionalidade e cultivo do supérfluo, em larga medida tal fato se deve ao pressuposto de existência de uma “razão prática” onipresente e universalmente explicativa. Possivelmente conclusão muito diversa daquela que tomasse tais espaços sob o ponto de vista da lógica e dos significados com que são carregados pela ação consciente de seus participantes.

Outra eventual causa da escassez de estudos sobre o consumo – em particular pesquisas etnográficas – se refere possivelmente à própria amplitude do tema. Como distinguir, dentro de um campo tão genérico, tipos de consumo absolutamente diversos entre si? O que poderia haver em comum – fora sua condição de mercadoria – entre, por exemplo, o comércio

³⁸ CAMPBELL, **op. cit.**, p. 18.

³⁹ SAHLINS, Marshall. **Cultura e razão prática**. Rio de Janeiro: Zahar, 1988.

de bens de capital e livros vendidos num sebo? Entre bonecas de porcelana e equipamento médico, ou tantos mais exemplos quantas são as infinitas modalidades de consumo presentes em nossa sociedade. Não deixa de ser curioso e sintomático o fato de que, não obstante a mencionada carência de estudos sobre o tema, haver se disseminado uma vaga mas bem estabelecida noção acerca do que se entende por consumo, em função da qual escrevem diversos autores. Dois títulos especificamente voltados para o problema, “A teoria da classe ociosa”,⁴⁰ de Veblen (publicado pela primeira vez em 1899) e o aqui citado trabalho de Colin Campbell “A ética romântica e o espírito do consumismo moderno”,⁴¹ por exemplo, em momento algum definem seu objeto de investigação.

Tal questão está, do nosso ponto de vista e como se verá adiante, longe de se constituir num inconveniente. Por outro lado, excluído o aspecto conceitual, há, nas ciências sociais, um reduzido número de estudos voltados diretamente para o problema, ou mesmo, e ainda menos freqüentes, estudos etnográficos abordando a questão do consumo. Ou seja, ainda que pesquisas de mercado (em particular no campo da administração) ou análises do consumo através da publicidade sejam muito comuns, há uma virtual ausência de trabalhos diretamente relacionados ao consumo como prática social. Seria desnecessário observar que, no caso de sociedades em que o assim chamado “consumismo moderno” se estende pelos amplos espaços ocupados pela forma mercadoria, grande parte da ação individual se encontra aí inscrita ou de alguma forma relacionada. Nesse particular, sobre o significado do consumo nas sociedades modernas, há uma grande precisão nas observações de García Canclini:

Para muitos homens e mulheres, sobretudo jovens, as perguntas próprias a cidadãos, sobre como obtermos informações e quem representa nossos interesses, são respondidas antes pelo consumo privado de bens e meios de comunicação do que pelas regras abstratas da democracia ou pela participação em organizações políticas desacreditadas. Este processo pode ser entendido como perda e despolitização a respeito dos ideais da democracia liberal ou iluminista. Mas também pode-se pensar, como observam James Holston e Arjun Appadurai, que a noção política de cidadania se

⁴⁰ VEBLEN, **op. cit.**

⁴¹ CAMPBELL, **op. cit.**

expande ao incluir direitos de habitação, saúde, educação e a apropriação de outros bens em processo de consumo. É nesse sentido que proponho reconceitualizar o consumo, não como simples cenário de gastos inúteis e impulsos irracionais, mas como espaço que serve para pensar, onde se organiza grande parte da racionalidade econômica, sociopolítica e psicológica nas sociedades.⁴²

Ao enfatizar o consumo como algo que “serve para pensar”, García Canclini estabelece os limites de um vasto campo de investigação a respeito do tema. Mesmo que esta seja uma perspectiva ampla e significativa de estudo do consumo – capaz, inclusive, de não lhe atribuir o vago papel de simples etapa do processo produtivo – ainda assim, o tema permanece comportando espaços de investigação quase que totalmente inexplorados, muitos dos quais poderiam revelar boas pistas a respeito da própria natureza do consumo nas sociedades modernas. Em larga medida, e próximo àquilo que García Canclini sugere, perspectivas cujos pontos de partida residem justamente na ação de indivíduos conscientes e capazes de interpretar e modificar uma dada realidade.

* * *

Poucos campos de consumo se prestam tão bem ao estudo desta perspectiva quanto aquele composto por fãs e colecionadores. Há, nesses espaços peculiares de consumo, uma determinada delimitação e dedicação ao consumo de certos objetos e personalidades, capaz de tornar a prática de seus operadores algo especificamente separado de outras formas de consumo. Se, por um lado, toda e qualquer coisa pode potencialmente vir a se tornar motivo de uma coleção, por outro, uma vez estabelecido esse objetivo, sua separação do mundo das “coisas comuns” é absoluta; por consequência, chegando a formar, também de modo nítido, um corpo de “iniciados” que, nesse sentido, encontram-se separados do mundo das “pessoas comuns”. A esse ponto de vista é preciso acrescentar, de forma não menos significativa, o caráter incomum e o intrínseco exagero contido nas práticas de fãs e colecionadores. Seu estudo estaria em condições de revelar extremos igualmente interessantes: desde a percepção de padrões de consumo que, presentes em suas formas “convencionais”, estariam mais

⁴² CANCLINI, Nestor García. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001. pp. 14 e 15.

visíveis no território de colecionadores e fãs, até um entendimento a respeito da natureza e razão de funcionamento desses espaços. Há, nas práticas de fãs e colecionadores e nos grupos em função disso constituídos, um motivo e uma lógica que, do ponto de vista daqueles que não se encontram aí representados, implica uma constante dúvida a respeito dos motivos que os levaram a adquirir tais e peculiares inclinações.

Todo e qualquer objeto de coleção (bem como todo e qualquer ídolo) possui sua existência ligada simultaneamente a duas ordens de coisas. Por um lado encontram-se inscritos no mundo das coisas comuns, no qual sua condição é a de serem consumidos tão somente em função de uma utilidade que em nada os separa (ou os separou) do próprio mundo da vida cotidiana. Da mesma forma como uma balança raríssima é ainda utilizada numa feira livre ou um dos últimos exemplares de uma cadeira produzida por determinada fábrica pode ser encontrado ainda em uso num ferro-velho: como coisas absolutamente comuns e tão somente úteis enquanto estiverem ali. Por outro lado, como objetos totalmente distintos de quaisquer outros, afastados da razão em função da qual foram produzidos ou de outros tantos usos que em outras mãos passaram a ter: tão somente como objetos de coleção. Essa dupla dimensão de um objeto foi percebida de forma muito sutil por Georg Simmel:

Cada instrumento, cada vaso, quando vistos como valores estéticos, comportam-se do mesmo modo. Sendo um pedaço de metal, tocável, pesável, medível, integrado nas atividades e nas relações do meio ambiente, o vaso é um pedaço da realidade; mas a sua forma estética vive numa existência totalmente autônoma que repousa em si mesma, somente transportada pela realidade material. Na medida em que o vaso não é feito para um isolamento intocável, diferentemente do quadro ou da escultura, mas sim deve cumprir uma finalidade prática (ainda que fosse meramente simbólica), quando segurado na mão e usado nas atividades práticas da vida, ele encontra-se, ao mesmo tempo, em ambos os mundos: enquanto na obra pura de arte o aspecto da realidade permanece totalmente indiferente, sendo, por assim dizer, “apagado”, aquele aspecto exige o seu direito do vaso praticamente usado, enchido, esvaziado, transportado. É justamente esta dupla função que se mostra de maneira mais dividida na sua asa. A asa é o elemento com o qual o vaso é tomado, elevado, inclinado. Com a sua asa, o vaso entra, visivelmente, no mundo real e

nas relações com o exterior que não existem como tais para a obra de arte. Mas a consequência não é que só o corpo do vaso deva corresponder aos padrões estéticos, e as asas sejam meramente cabos esteticamente neutras como as colchetas da moldura. Pelo contrário: aquelas asas, ligando o vaso com a existência real além da arte, fazem parte, ao mesmo tempo, da forma estética. (...)⁴³

Tais relações entre um e outro mundo, permanecem sendo fonte de contínua tensão no caso dos objetos de coleção: entre uma ordem estética e outra prática, duas naturezas, o sentido dado pelo aficionado e a ausência de sentido dispensada pelo não aficionado, etc. Por mais estranhos e absurdos que esses universos possam parecer ao mundo das pessoas comuns, seu funcionamento, sua organização, sua justificação, etc, buscam continuamente demonstrar o oposto disso, de que apenas aquela prática ou aquela devoção seriam capazes de fornecer ao grupo (ou à própria vida) um sentido mais razoável, elevado, e completo. Como no próprio campo do consumo, há um característico traço de inexauribilidade contido nas práticas de colecionadores e fãs; tal aspecto, talvez mais que qualquer outro e como bem observou Colin Campbell⁴⁴ em relação ao consumidor moderno, é talvez seu elemento mais curioso e paradoxal. Para este, contudo, a insaciabilidade que marcaria fundamentalmente o consumidor moderno é como que tomada por si mesma. Mesmo havendo a preocupação com a construção histórica do consumismo moderno, Campbell tenta, ao buscar a natureza de seu caráter, atribuir àquilo que chama de consumismo moderno um único sentido. Contudo, antes de possuir qualquer natureza essencial, o consumo se apresenta como coisa no mundo, como prática através da qual determinadas sociabilidades são construídas. No caso do consumo de fãs e colecionadores, mais talvez que qualquer outro espaço de consumo, as ações e arranjos do grupo se relacionam com as definições, recriações, elaborações, distinções, etc, estabelecidas dentro de determinada intencionalidade pelos próprios indivíduos.⁴⁵

⁴³ SIMMEL, Georg. A asa do vaso. In: SOUZA, Jessé e ÖELZE, Berthold (org.). **Simmel e a modernidade**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1998. pp. 129 e 130.

⁴⁴ CAMPBELL, **op. cit.**

⁴⁵ Considerando que freqüentemente colecionadores e fãs consomem o tempo passado, nem mesmo a sempre lembrada suscetibilidade do consumidor

A compreensão “formal” dessas práticas encontra-se muito próxima do conceito de sociabilidade, tal como foi desenvolvido por Simmel. Como se sabe, a explicação deste a respeito da sustentabilidade da ordem social encontra-se fortemente vinculada às ações – interesses e necessidades específicas – dos indivíduos. Por meio das constantes e variadas trocas recíprocas que os indivíduos estabelecem entre si, e que Simmel chamará de interação, forma-se uma unidade capaz de assegurar a existência daquilo que conhecemos por sociedade. Como corolário desses processos, seria possível estabelecer uma distinção entre “conteúdo e forma da vida societária”:

Interesses e necessidades específicas certamente fazem com que os homens se unam em associações econômicas, em irmandades de sangue, em sociedades religiosas, em quadrilhas de bandidos. Além de seus conteúdos específicos, todas estas sociações também se caracterizam, precisamente, por um sentimento, entre seus membros, de estarem sociados, e pela satisfação derivada disso. Os sociados sentem que a formação de uma sociedade como tal é um valor; são impelidos para essa forma de existência. De fato, às vezes é apenas esse impulso o que sugere os conteúdos concretos de uma sociação particular. (...) Pois a forma é a mútua determinação e interação dos elementos da associação. É através da forma que constituem uma unidade. As verdadeiras motivações da sociação, condicionadas pela vida, não têm importância para a sociabilidade. Conseqüentemente, é compreensível que a pura forma, por assim dizer, a inter-relação interativa, suspensa, dos indivíduos seja enfatizada da maneira mais vigorosa e efetiva.⁴⁶

Aspecto relevante da perspectiva adotada por Simmel vem a ser o fato de, em função das infinitas possibilidades que se abrem por meio da natureza e dos vínculos que em última análise só poderão ser estabelecidos pelos próprios indivíduos, que em função disso encontra-se espaço para explicação e entendimento de processos normalmente ignorados sob outras abordagens. Como aliás, o próprio autor observa:

A sociabilidade se poupa dos atritos com a realidade por meio de uma relação meramente formal com esta.

convencional à publicidade poderia lhes ser associada; a não ser que esta última tivesse um improvável efeito retardado sobre suas ações.

⁴⁶ SIMMEL, Georg. Sociabilidade – um exemplo de sociologia pura ou formal. In: MORAES FILHO, Evaristo. (org.) **Simmel**. São Paulo: Ática, 1983. pp. 168 e 169.

Ainda que exatamente por isso, essa relação formal extraí da realidade – mesmo para o espírito da pessoa mais sensível – uma importância e uma riqueza de vida simbólica e lúdica que são tanto maiores quanto mais perfeita ela é. Um racionalismo superficial procura sempre essa riqueza apenas entre os *conteúdos* concretos. Como não a encontra ali, prescinde da sociabilidade como de uma tolice superficial. Contudo, não deixa de significar algo que em muitas – talvez em todas as línguas européias, sociedade designa simplesmente uma reunião *sociável*. É claro que qualquer sociedade, política, econômica, ou qualquer que seja a descrição de seus objetivos, é uma “sociedade”. Mas apenas a sociável é “uma sociedade” sem outras qualificações. É assim precisamente porque representa a forma pura que se ergueu acima de todos os conteúdos, tais como os que caracterizam aquelas “sociedades” mais “concretas”. Isso nos dá uma imagem abstrata, na qual todos os conteúdos se dissolvem no mero jogo da forma.⁴⁷

* * *

Quando, na história ocidental, surge a idéia ou o hábito de se colecionar coisas? Ao que tudo indica não é possível encontrar uma resposta precisa para esta questão. Possivelmente a prática de se “manter objetos temporária ou definitivamente fora do circuito das atividades econômicas”⁴⁸ é anterior aos mais antigos registros que se tem a respeito do assunto; ainda que, por sua vez, exatamente o desenvolvimento de novas formas de registro e conservação tenha, nos últimos séculos, tornado mais visíveis tais modalidades especiais de consumo. Ou seja, não apenas o registro arqueológico de uma antiga coleção, mas também o desenvolvimento de técnicas de conservação, o surgimento da própria idéia de museu como lugar especificamente construído para este fim ou ainda, contemporaneamente, meios de comunicação capazes de expor os objetos de uma coleção diante de um número infinitamente maior que aquele alcançado pelas primeiras coleções. Tanto quanto o tempo, o surgimento das primeiras coleções não parece se encontrar relacionado a uma cultura ou civilização específicas. Observou-se, por exemplo, que

Na cidade mais antiga até agora descoberta (Çatal Höyük, na Anatólia, entre 6.500 e 5.700 a.C.), o

⁴⁷ SIMMEL, **op. cit.**, p. 169.

⁴⁸ POMIAN, Krzysztof. Coleção. In: **Enciclopédia Einaudi**. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda. s/d. p. 53.

conteúdo das tumbas era já claramente diferenciado, em função do sexo e da condição social das pessoas que aí estavam sepultadas. Mais tarde numerosas civilizações acentuaram essas diferenças e assim deixaram nas sepulturas exemplares variados de instrumentos, armas, objetos de *toillete*, jóias e ornamentos, tapeçarias, instrumentos musicais, obras de arte, etc. Os relatórios das escavações e os catálogos das exposições fornecem inumeráveis descrições da decoração das tumbas e do mobiliário que aí se encontrava.⁴⁹

Ou, num período ainda mais remoto da história humana:

É só durante o aquecimento climático verificado entre os 40.000 e os 60.000 anos, que aparecem os primeiros fragmentos de ocre vermelho; mas são ainda muito raros. Nos níveis correspondentes à última fase deste aquecimento, André Leroi-Gourhan tinha descoberto “uma série de objetos de curiosidade, recolhidos pelos habitantes da gruta de Hyène (Arcy-sur-Cure, Yonne, França) durante suas deslocações. São uma grande concha em espiral de um molusco da era secundária, um polipeiro de forma esférica da mesma época, blocos de pirite de ferro de forma bizarra. Não são de forma alguma obras de arte, mas que formas de tais produções naturais tenham merecido a atenção dos nossos predecessores geológicos é já o sinal de um vínculo com o estético. (...) São os habitantes de Hyène em Arcy-sur-Cure que detêm, até prova em contrário, o título de primeiros colecionadores conhecidos. As curiosidades naturais que recolhiam e conservavam, de fato, eram mantidas fora do circuito das atividades econômicas, na altura reduzido à procura de utensílios e à procura de alimento. Além disso, estavam circundadas de uma proteção especial, porque de outro modo não se reencontrariam dezenas de milênios mais tarde. E estavam, enfim, expostas ao olhar. Esta última afirmação baseia-se no próprio caráter destas curiosidades e, em particular, no fato de as suas formas serem bizarras e tais que os homens de então não teriam sido capazes de as fabricar.⁵⁰

No mundo ocidental o período do Renascimento, em particular o século XVI, assumiu grande importância no desenvolvimento das coleções. Por intermédio de alguns humanistas a aquisição sistemática de antigüidades acabaria por se transformar em moda; inicialmente na Itália para, mais

⁴⁹ POMIAN, **op. cit.**, p. 55.

⁵⁰ POMIAN, **op. cit.**, pp. 70 e 71.

tarde, se espalhar por outros países europeus.⁵¹ Não apenas antigüidades, mas também as chamadas coleções de *naturalia* (minerais, plantas, e animais) terminariam posteriormente contribuindo, por conta do conhecimento que produziam fora do controle da Igreja, para o processo de secularização que se seguiu ao próprio Renascimento. De todo modo, é curioso o fato de ter sido especificamente no século XVI que ocorre, como observa Philipp Blom, o “primeiro surto de atividade colecionadora que não se restringiria a um punhado de pessoas.” Segundo este,

A resposta, aparentemente, está um pouco neste mundo e um pouco no outro. A explicação mundana é a de que a expansão do conhecimento no século XVI exigia novas respostas, novas abordagens para novos fenômenos. Estudiosos de toda a Europa exploraram o macrocosmo através do telescópio, e as pequenas coisas no microscópio. Inovações tecnológicas, como a imprensa e o progresso na construção naval e na navegação, facilitaram o comércio em todo o mundo e trouxeram artigos mais baratos para a Europa. No continente, um sistema bancário mais sofisticado acelerou a troca de bens. Com os impérios comerciais como as repúblicas holandesa e veneziana, surgiu uma riqueza sem precedentes, outro fator crucial para uma florescente cultura de colecionador. Para tirar objetos de circulação, ou para se dedicar à procura de coisas inúteis, era preciso dispor de tempo e recursos. De fato, as coleções progridiram em toda parte onde o comércio floresceu. (...) Juntamente com essas revoluções mundanas, entretanto, outra, menos palpável, estava ocorrendo, uma mudança na maneira de perceber a morte e o mundo material. Cristãos medievais eram obrigados a escolher entre amar o mundo físico e seus prazeres, e sofrer a eterna danação; ou renunciar a tudo isso em nome dos céus (...). A morte só assusta se é realmente o fim, e a morte das flores não significa o eterno ciclo da criação de Deus, mas uma perda irreparável. Em um mundo em que a morte assomava, a atenção voltava-se para os próprios botões de rosa, para o mundo material e para os que nele habitavam. (...) Para homens como Aldrovandi,⁵² a consciência da mortalidade dos esplendores do mundo apenas os estimulavam a fazerem de suas coleções testamentos para futuras gerações.⁵³

⁵¹ Ainda segundo Krzysztof Pomian, no início do século XVI o antiquário já era um tipo social escarneido pelas companhias de teatro.

⁵² Ulisse Aldrovandi (1522-1605), cientista e colecionador italiano. Parte de sua coleção (muito famosa em seu tempo) encontra-se, ainda hoje, no Museo di Storia Nationale, no Palazzo Poggia, em Bolonha.

⁵³ BLOM, Phillip. **Ter e manter**. Rio de Janeiro: Record, 2003. pp. 37 e 38.

O passar dos séculos e conseqüente potencialização do ambiente e das condições apontadas por Philipp Blom e Krzysztof Pomian só fizeram crescer o número daqueles que se dedicavam ao consumo, por assim dizer, de uma coisa só. Como adiante será discutido, a possibilidade de produção em escala de muitos objetos e da reproduzibilidade técnica da arte, trouxeram consigo novos elementos a esse conjunto de coisas, ainda que, fundamentalmente, os traços básicos dessa enigmática relação entre indivíduos e objetos pareçam permanecer inalterados. Dentre muitos aspectos estranhos ou inesperados, o campo do colecionismo apresenta-se, em larga medida e ao contrário de tantos outros campos, alheio a variáveis normalmente utilizadas na definição de outras práticas (classe social, idade, sexo, período histórico, etc); não por acaso e em função disso, ser aparentemente impossível se determinar sequer o número de indivíduos dedicados à práticas dessa natureza. Um universo de coisas que, portanto, parece se referir a aspectos tão profundos e insondáveis do comportamento humano quanto sugere sua quase universal distribuição.

A lógica de um colecionador apresenta o traço característico do excesso. Excesso que também marca não apenas a ação de colecionadores e fãs, como também da sociedade de consumo que direta ou indiretamente os inspira. No caso desta, são praticamente inexistentes os espaços e objetos não passíveis de serem transformados em objetos e espaços de consumo, sendo que bastaria um rápido exame das estatísticas relacionadas aos níveis de consumo de alguns países para se concluir o porquê do surgimento de expressões como “consumo sustentável”, “desenvolvimento sustentável”, etc. Ainda que não sejam exatamente raras pesquisas desse gênero, não deixa de ser curioso o (esclarecedor) método de avaliação dos atuais padrões mundiais de consumo, utilizado por dois pesquisadores canadenses:

Mesmo que toda a boa vontade dos homens um dia queira, não será possível estender o padrão de consumo dos moradores dos países mais ricos para todos os habitantes da Terra. O que quer dizer que será preciso mudar o modelo de consumo dos países ricos na direção de um consumo que não consuma o mundo em que vivemos. E que os países menos ricos precisarão estabelecer seus modelos de consumo segundo este novo padrão. Ou vai faltar planeta. A conclusão é de Mathis Wackernagel e William Rees, dois pesquisadores

da Universidade da Columbia Britânica, no Canadá. Em um trabalho chamado “The Ecological Footprint”, ou a “pegada ecológica”, eles desenvolveram um método para calcular se nosso estilo de vida é sustentável. Esse método estima a quantidade de terra necessária para prover a cada pessoa recursos como comida, energia, transporte ou roupas, assim como a capacidade de o ambiente absorver o lixo e a poluição que cada pessoa produz. Segundo os cálculos dos pesquisadores canadenses, cada americano precisa em média de 9,6 hectares de terra por ano para obter tudo o que ele consome, enquanto os canadenses usam 7,7 hectares. Porém, para cada uma das 6 bilhões de pessoas do planeta, só há 1,9 hectare disponível, uma área equivalente a dois campos de futebol. Os moradores da América do Norte, portanto, gastam em média quatro vezes mais do que a parte que lhes é de direito. Se todos os habitantes do planeta consumissem nesses padrões, seriam necessárias quatro Terras para alimentar, aquecer, transportar e vestir todo mundo.⁵⁴

Por sua vez, são também aparentemente inexistentes os casos de objetos de consumo que não poderiam ser colecionados. Do ponto de vista de um colecionador, eleger um objeto de culto significa, naturalmente, mais que escolher um objeto de consumo. Significa adotar uma visão determinada do mundo e escolher, dentre diversas outras opções, justamente aquela que, entre tantas, mais e melhor dirá respeito à sua personalidade. Colecionar um objeto implica torná-lo ou fazê-lo ser compreendido, *se possível*, por todos os outros indivíduos como o objeto de maior importância do mundo.⁵⁵ Tal nível de proselitismo consumista não costuma ser, evidentemente, muito comum. Contudo, é caso de se notar que aquilo que torna ainda maior o deslocamento social de fãs e colecionadores vem a ser exatamente sua organização prática consciente, deliberada e sistemática, de modo a tornar racionais e razoáveis ações consideradas, fora do grupo, exatamente o oposto disso.

⁵⁴ Disponível em: <<http://www.akatu.org.br>>. Acesso em: 19 fev. 2005

⁵⁵ Por certo alguns grupos de colecionadores e fãs costumam adotar posturas negativas em relação ao mundo exterior e aos não iniciados em suas práticas devocionais. Nos parece, contudo, que em tais casos, nos quais o grupo vê a si mesmo como comunidade de eleitos, refere-se mais a uma necessidade de seus membros manterem sólida uma fé constantemente ameaçada, que ao modo como entendem seus objetos de culto. A perspectiva segundo a qual, todos deveriam ou poderiam ser capazes de compreender a singularidade do objeto cultuado, mesmo nesses casos, parece permanecer inalterada.

Se, por um lado, o hábito de colecionar alguma coisa aparenta ser a humanização obsessiva de um objeto (ou a sobre-humanização de uma personalidade, no caso de fãs), por outro, parece ser exatamente uma forma de lhe destituir o conjunto das características que ainda o ligavam ao domínio do humano. Aspecto no qual, através do personagem central, insiste John Fowles em seu claustrofóbico romance “O colecionador”:

Mais um dia terrível. Fiz todo o possível para que também fosse terrível para Calibã. Por vezes, irrita-me tanto que tenho ímpetos de gritar. Não é só o seu aspecto, embora isso seja suficientemente irritante. Está sempre tão respeitável, com as calças sempre bem engomadas, as camisas sempre lavadas. Creio até que se sentiria mais feliz se usasse colarinhos engomados. É um pouco como se não estivesse vivo. Fica de pé, olhando-me. Nunca conheci outra pessoa que ficasse tanto tempo de pé, imóvel, tremendamente imóvel. Tem sempre no rosto aquela expressão *desculpe-me*, que começo a compreender, não passa, *na realidade*, de contentamento. É a alegria de me ter sob o seu poder, de me olhar todo o dia e todos os dias. Não se preocupa com o que digo ou sinto – os meus sentimentos não têm o menor significado para ele – só pensa no fato de me conservar aqui, ao seu dispor. Eu poderia insultá-lo durante o dia; Calibã não se importaria. Só quer o meu exterior, ver-me. Não quer as minhas emoções, o meu espírito, a minha alma, ou mesmo o meu corpo. Não quer coisa alguma de *humano*.⁵⁶

Mesmo que, um dos mais freqüentes motivos alegados na criação de uma coleção se encontre relacionado ao propósito de conservação e preservação de um objeto e de tudo aquilo que representou no passado, paradoxalmente isso termina não ocorrendo. Num sentido rigoroso, qualquer objeto retirado de seu contexto original deixaria de ser ele próprio, em suas relações de tempo e espaço, para como que se transformar apenas no símbolo de si mesmo. Nesse sentido, a perfeição revelada num objeto encontra-se localizada, tanto quanto num lugar e tempo, no olhar do próprio colecionador. Este, ao colocá-lo num mundo de classificações, hierarquias, relações de raridade, etc, não faz senão deslocá-lo de seu território de origem e lhe recriar uma nova condição de existência. Ou, no mínimo, inserí-lo num espaço onde as características imperfeições e alterações do objeto cultuado possam ser absolutamente controladas, calculadas, inventariadas; e

⁵⁶ FOWLES, John. **O colecionador**. São Paulo: Abril Cultural, 1980. p. 141 (grifos do autor).

finalmente destituídas de seus inconvenientes e incontroláveis traços de contradição e humanidade. De forma menos sistemática a mesma idéia poderia ser assim descrita:

(...) Os fãs de música não perdem em nada para os cinéfilos, pelo menos no grau de suas esquisitices. Nesse caso, os “beatlemaniacos” assumem liderança absoluta. E, tanto quanto eles, todos os outros maníacos musicais que existem por aí e que se ocupam apaixonadamente em colecionar datas, fotos, gravações piratas inaudíveis, camisetas e, principalmente, estórias sobre a história de seus respectivos objetos de culto. De minha parte sempre tive a impressão de que esse tipo de fruição acaba por ter um efeito inverso: alguém que sabe literal e rigorosamente tudo sobre Beatles não é alguém que goste de Beatles; é um técnico no assunto. Gostar, nesse sentido, é algo que tem a ver com um certo amadorismo, com alguma falta de compromisso e comprometimento. Cinéfilos e fãs decididamente não são assim.⁵⁷

Para Philipp Blom o ato de colecionar possui uma estreita relação com a idéia da morte, sendo este talvez o propósito último do próprio ato de colecionar:

(...) tudo que colecionamos, seja o que for, precisamos matar; literalmente, no caso de borboletas e besouros, metaforicamente no caso de outros objetos, que são tirados do seu ambiente, de suas funções e de sua circulação de costume, e postos num ambiente artificial, despidos de sua utilidade, transformados em objetos de uma ordem diferente, mortos para o mundo. Nenhum colecionador de selos saquearia seus álbuns para selar suas cartas, mesmo que os selos ainda tivessem valor. Nenhum colecionador de xícaras de chá percorre mercados e lojas de antigüidades simplesmente à procura de xícaras para tomar seu chá. Até mesmo o uso ocasional de objetos de uma coleção, instrumentos musicais, livros ou carros raros, é incidentalmente alheio ao ato de colecionar.⁵⁸

A tentativa de superar a morte através do controle sobre um mundo extraordinário implicaria também, numa característica tensão entre objetividade e subjetividade, entre estratégias perfeitamente racionais – a organização da coleção, aquisição de novas peças, etc – e perfeitamente

⁵⁷ RIBEIRO, Fábio Viana. O estranho mundo dos colecionadores. **Hoje Maringá**, Maringá, 23 jul. 2000. Vida, p. 12.

⁵⁸ BLOM, **op. cit.**, p. 177.

românticas – tornar a coleção algo capaz de ultrapassar a vida do próprio colecionador:

Ao mesmo tempo, esses objetos adquirem uma nova vida, como parte de um organismo, como parte da imagem duplicada do colecionador, entidades que fazem suas próprias exigências, que criam suas próprias regras e transpiram seu próprio poder. Como relíquias, são mortos, e apesar disso muito vivos na mente do crente, do colecionador, do devoto. Sendo assim, formam uma ponte entre nosso mundo limitado e outro, infinitamente mais rico, da história, da arte, do carisma, do sagrado - um mundo de suprema autenticidade e portanto uma utopia profundamente romântica. Por intermédio deles, o colecionador pode continuar a viver depois que sua própria vida termina; e a coleção torna-se um baluarte contra a imortalidade.⁵⁹

As ações de colecionadores poderiam também ser vistas em suas relações com uma sociedade intensamente voltada para o consumo, na qual tais práticas constituem menos uma extravagância que uma consequência autêntica. No limite extremo da lógica do consumo (ou da indústria de consumo), a “condição ótima” do consumidor seria a de em tudo acreditar, tudo comprar, consumir, contínua e permanentemente. Como ilustração desse limite para o qual a lógica da indústria de consumo aponta, não se trataria de se consumir *eventualmente* um produto; trata-se de se consumí-lo *sempre*, aderir aos seus princípios, seu estilo, tudo o que o envolve e o cerca, estabelecendo conexões com outros produtos que não teriam por finalidade senão confirmar o gosto, a escolha e a opção pelo produto escolhido. Nem se trataria então, utilizando o exemplo mais óbvio, de se beber habitualmente Coca-Cola, mas de se beber sempre Coca-Cola; de, se possível, não se beber outra coisa que não seja Coca-Cola, de não se ter em outros alimentos senão um acompanhamento para Coca-Cola, de se deixar invadir inteiramente pelo “espírito de Coca-Cola”, suas cores, seu estilo, seu sabor, etc. Obviamente trata-se de um nível delirante de consumo que dificilmente teria condições de ser posto em prática, não obstante os esforços de todos os gerentes de venda e de toda a publicidade. Contudo, sua lógica ou sentido de desenvolvimento parece ser, grosso modo, essa, a de tentar ocupar, *se possível*, todos os espaços disponíveis e transformá-los em espaços-consumo.

A diferença fundamental entre consumidores convencionais e colecionadores estaria ligada ao fato de que enquanto os primeiros consomem convencionalmente uma série de produtos, os últimos, inversamente, consumiriam de forma absoluta e sistemática tudo aquilo que diz respeito a um determinado produto. Tratar-se-ia, nesses termos, de uma espécie de consumidor total, integralmente dedicado ao objeto eleito. Em determinado sentido, a observação dos peculiares mundos de colecionadores e fãs se torna mais significativa na medida em que a prática de seus “habitantes” pode ser tomada como desenvolvimento ao extremo de modos de consumo que, no mundo das pessoas comuns, não ultrapassam determinados limites.

Fãs e colecionadores, ao elegerem seus objetos de culto, não fazem senão elevar a níveis mais elevados (muitas vezes inimagináveis), relações de consumo que se encontram, por assim dizer, potencialmente inscritas no consumo convencional. Neste, a absorção das mensagens, significados, sentidos ou utilidades do produto consumido se dá em termos de uma adesão média, não implicando senão um vínculo também médio por parte dos indivíduos àquilo que os produtos oferecem ou parecem oferecer. Coisa muito diversa do que ocorre entre colecionadores e fãs, em meio aos quais a relação com a coisa eleita tende a ser vivida em seus limites mais altos. Desse modo, não interessa ao colecionador de rádios antigos possuir apenas alguns exemplares do conjunto total de rádios antigos; o desejável seria que possuísse todos, ou mais que todos os outros colecionadores, ou a maior quantidade possível de informações sobre rádios antigos, ou os mais bem conservados dentro de uma determinada categoria, etc. Nesse sentido, um colecionador representa a idéia de um consumo integral, cuja prática incorpora, entre outras lógicas, as contidas na ação de consumidores convencionais e também na própria indústria de consumo.

Por definição, colecionadores e fãs se dedicam a um tipo de consumo no qual potencialmente todas as dimensões do objeto escolhido passam a ser buscadas e consumidas. Pouca relevância possui, nesses termos, o fato de que o objeto eleito não venha a ter o uso que lhe foi originalmente atribuído, podendo ficar, por exemplo, apenas guardado e protegido de sua própria e

⁵⁹ BLOM, **op. cit.**, p. 177.

natural deterioração. Nesse caso, talvez até mais que o consumo feito dentro de padrões convencionais, há um sobre-consumo muito bem delimitado: exatamente porque, desse modo, o objeto consumido deixa de se constituir em algo intermediário e eventual para se tornar o fim em si mesmo do consumo. Normalmente os objetos de uma coleção são adquiridos com o propósito de *não serem* utilizados de acordo com o propósito que lhes originaram a produção, sendo que, muitas vezes, sua aquisição busca ou pressupõe justamente um comprovado não uso; procurando também sua não utilização futura.⁶⁰

Ao que parece, tal e imperiosa condição de “não-uso” do objeto colecionável (ou que o mesmo se encontre no melhor estado de conservação possível) vem a ser um dos traços mais recorrentes do vasto mundo das coleções. Possivelmente é também uma indicação daquilo que se situa na base das práticas do colecionismo: a idéia de parar o tempo, de se preservar um objeto e seu significado, recortando-o e extraindo-o do mundo e do conjunto de coisas que, com o passar inevitável dos anos, poderiam lhe alterar o significado original. Não por acaso, as coleções são tão mais valiosas ou apreciadas quanto mais antigas e preservadas. A sempre presente suspeita de que colecionadores são pessoas “não muito comuns” do ponto de vista mental tem, provavelmente, muito a ver com sua obsessão em obter um recorte no tempo e no espaço que, sob a ótica dos não-colecionadores, seria absolutamente desnecessário. Não é preciso dizer que, também de seu próprio ponto de vista, o obsessivo esforço despendido numa coleção talvez nunca possa ser suficientemente satisfeito: além da falta de um ou outro exemplar que completaria a coleção (que pode estar em mãos de outro colecionador, ter irremediavelmente se perdido, etc) a tentativa de preservar no tempo as incomparáveis qualidades e atributos do objeto colecionado é, em si mesma, impossível de ser realizada. Se a preservação do objeto é razoavelmente possível, a preservação do tempo e do contexto que lhe deram sentido e contribuíram para a “descoberta” de sua singularidade é totalmente impossível. Nesse sentido, cada objeto de uma coleção poderia

⁶⁰ Não é preciso dizer que este “não-uso” se refere ao consumo esperado do produto, e não ao seu “uso” como objeto estático de uma coleção. Assim, mesmo que determinado livro tenha sido produzido na suposição de que viesse um dia a ser lido, sua eventual inclusão em alguma coleção pode fazer com que sua utilização principal seja apenas (ou mais que tudo...) fazer parte de uma coleção.

ser visto como última representação daquilo que restou do passado; daquilo que, após o desaparecimento de um tempo e de um contexto, apresenta-se na condição de ser seu último e mais precioso indício de vida.

Também para Walter Benjamin,⁶¹ o passado – a idéia de “renovar o mundo velho” – se constitui num dos traços mais característicos do colecionador. Este se propõe, antes de tudo, à tarefa de salvar a história de um determinado objeto, recolhendo todos os indícios e sinais possíveis da época em que o mesmo existiu. É o caso de se perceber como essa prática do colecionador se assemelha à concepção que Benjamin faz da história. Em um e outro caso tratar-se-ia de salvar os fragmentos fundamentais do passado para efeito de imprimir um sentido ao presente. Nas palavras de Susan Sontag, o colecionador estaria, em seu ofício de restaurar um determinado tempo, intimamente ligado ao conceito de história concebido por Benjamin: “um mundo cujo passado se tornou (por definição) obsoleto e cujo presente produz antigüidades instantâneas é um convite aos zeladores, aos decodificadores, aos colecionadores.”⁶² Não apenas um determinado tempo, mas também uma determinada ordem. Interessa ao colecionador, talvez como garantia platônica de apreensão do tempo, reestabelecer uma nova ordem, através de uma nova e sistemática classificação de objetos que sempre existiram em meio ao caos do passado e do cotidiano. A paixão por seus objetos leva o colecionador a recriar um mundo, mesmo que referenciado a um passado mítico, paradoxalmente novo e composto por outras regras, usos, sociabilidades, etc. Assim, tal como Benjamin percebeu ao analisar a obra de Eduard Fuchs,⁶³ a prática de todo colecionador, ou do colecionismo em geral, é capaz de revelar muito a respeito de uma história e de um conjunto de práticas, cujas versões que não sobreviveram ao tempo foram resgatadas sob a forma indireta daquilo que colecionadores se dedicaram a preservar.

Se a observação de Benjamin descreve a salvação do tempo e a tensão entre ordem e desordem como os elementos mais característicos do colecionador,

⁶¹ BENJAMIN, Walter. Desempacotando minha biblioteca. In: **Obras escolhidas – volume II**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

⁶² SONTAG, Susan. **Sob o signo de saturno**. Porto Alegre: L&PM, 1992. p. 93.

⁶³ KONDER, Leandro. **Walter Benjamin: o marxismo da melancolia**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1989. p. 77.

tal se deve a questões cujo esclarecimento poderia encontrar aí, nos numerosos mundos criados por colecionadores e fãs, valiosas pistas. Nesse sentido, não obstante sua aguçada percepção daquilo que se oculta nos “detalhes do cotidiano” ou mesmo o fato de ter sido ele próprio um colecionador, outros elementos que derivam do colecionismo foram apenas insinuados: “uma relação muito misteriosa com a propriedade, sobre a qual muitas palavras ainda devem ser ditas mais tarde”.⁶⁴ À certa distância dessa caracterização, por exemplo, a peculiar sociabilidade que se constrói entre colecionadores. Neste caso, uma nova tensão: ainda que o ideal de todo colecionador seja, num extremo, o de ser o único a possuir tudo a respeito de determinados objetos, sua existência (e a da própria coleção) adquire maior sentido na medida em que outros desejam os mesmos objetos (e, eventualmente, os objetos de sua coleção). Ou, de forma menos evidente, compartilham com ele a sorte e o infortúnio de serem pessoas suficientemente incompreendidas pelo mundo das “pessoas normais”, as quais não passaram pela experiência “revelatória” capaz de as fazer perceber as qualidades e o caráter incomum do objeto colecionado.

Em larga medida colecionadores e fãs parecem compartilhar uma memória específica a respeito de seus respectivos temas. Algo distinto daquilo que ocorre com qualquer “não-iniciado”, para quem tais objetos e temas serão lembrados ou esquecidos em função do variado mundo de coisas que aos mesmos se encontravam relacionados. No caso de colecionadores tal memória específica, ainda que não ignore a existência desse contexto, refere-se primordialmente a características muito bem determinadas dos próprios objetos ou temas eleitos. Um brinquedo ou um automóvel podem se constituir em objetos de interesse em função de inúmeros ou quase infinitos motivos: em função de suas características comerciais, estéticas, físicas, afetivas, culturais, etc. Dentre todas essas perspectivas, a memória de um colecionador (pois se trata sempre de uma relação ligada ao passado) selecionará apenas algumas, precisamente aquelas capazes de distinguir, de seu ponto de vista, tal objeto de todos os outros. Mais que isso, tal seleção parece se encontrar menos determinada pela personalidade particular de cada colecionador que por aquilo que uma memória comum, disponível no

⁶⁴ BENJAMIN, Walter. Desempacotando minha biblioteca. In: **Obras escolhidas – volume II**. São Paulo: Brasiliense, 1983. p. 228.

campo das coleções, indicará como sendo o conjunto de coisas e detalhes a serem lembrados.

Tal fato poderia explicar o modo muito semelhante pelo qual os mais diversos aficionados por um mesmo tema – possuindo grandes diferenças de idade, formação escolar, condição social, etc, – costumam defini-lo e compreendê-lo. Ou seja, se a lembrança desses tantos e distintos colecionadores converge para sentidos muito próximos e semelhantes, tal se deve ao fato dessa memória se encontrar localizada menos na interpretação particular de cada colecionador que na própria memória do grupo. Nesses termos, a memória de cada colecionador em particular se encontraria ligada a um quadro externo de circunstâncias, tacitamente definido e compartilhado. Algo semelhante com aquilo que Maurice Halbwachs observa a respeito das relações entre memória coletiva e individual :

Resulta disso que a memória individual, enquanto se opõe à memória coletiva, é uma condição necessária e suficiente do ato de lembrar e do reconhecimento das lembranças? De modo algum. Porque, se essa primeira lembrança foi suprimida, se não nos é mais possível encontrá-la, é porque, desde muito tempo, não fazíamos mais parte do grupo em cuja memória ela se conservava. Para que nossa memória se auxilie com a dos outros, não basta que eles nos tragam seus depoimentos: é necessário ainda que ela não tenha cessado de concordar com suas memórias e que haja bastante pontos de contato entre uma e as outras para que a lembrança que nos recordam possa ser reconstruída sobre um fundamento comum. Não é suficiente reconstituir peça por peça a imagem de um acontecimento do passado para se obter uma lembrança. É necessário que esta reconstrução se opere a partir de dados ou de noções comuns que se encontram tanto no nosso espírito quanto no dos outros, porque elas passam incessantemente desses para aquele e reciprocamente, o que só é possível se fizerem e continuam a fazer parte da mesma sociedade.⁶⁵

Se a natureza dessa memória – e, portanto, da fruição do próprio objeto – encontra-se fortemente vinculada ao modo como foi definida pelo grupo, tal não significa afirmar como residual o papel aí exercido pelo próprio indivíduo. Menos que isso, as definições e interpretações estabelecidas por

⁶⁵ HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Vértice, 1990. p. 34.

este não vem a ser senão reflexo das relações existentes entre os sentidos de sua ação e a consciência do grupo:

No mais, se a memória coletiva tira sua força e sua duração do fato de ter por suporte um conjunto de homens, não obstante eles são indivíduos que se lembram, enquanto membros do grupo. Dessa massa de lembranças comuns, que se apóiam uma sobre a outra, não são as mesmas que aparecerão com mais intensidade para cada um deles. Diríamos voluntariamente que cada memória individual é um ponto de vista sobre a memória coletiva, que este ponto de vista muda conforme o lugar que ali eu ocupo, e que este lugar mesmo muda segundo as relações que mantenho com outros meios. Não é de admirar que, do instrumento comum, nem todos aproveitam do mesmo modo. Todavia quando tentamos explicar essa diversidade, voltamos sempre a uma combinação de influências que são, todas, de natureza social.⁶⁶

A compreensão de colecionadores e fãs como “consumidores totais” poderia deixar em segundo plano um outro aspecto da mesma questão. Se por um lado suas ações parecem refletir uma absorção integral dos apelos da indústria de consumo, por outro parecem ultrapassá-la, recriando outras lógicas e reinventando outras formas de fruição. O fato de quase sempre consumirem o passado, colecionando objetos já destituídos de um sentido contemporâneo de mercado, faz com que fãs e colecionadores se especializem na reinvenção de seus objetos e ídolos, inserindo-os dentro de um sentido que, por mais carregado de nostalgia e desejos de autenticidade, sempre vem a ser uma forma de recriação do objeto colecionado. Traços tão opostos poderiam, possivelmente, estar relacionados tanto à natureza do objeto cultuado quanto à sociabilidade particular e aos diversos níveis de autonomia do grupo.

* * *

Pensar a experiência de um grupo singular de consumidores poderia fornecer indicações relevantes a respeito da própria sociedade de consumo e do modo como seus diversos domínios são interpretados por seus operadores. À semelhança daquilo que Martín-Barbero observa a respeito de um “mau-olhado” que as ciências sociais na América Latina sempre

⁶⁶ HALBWACHS, **op. cit.** p. 51

dedicaram aos problemas culturais colocados pela mídia,⁶⁷ também a temática do consumo parece ter sido assiduamente tratada como campo no qual todas as respostas surgem à revelia da prática de seus próprios agentes. E, talvez, nenhum outro contingente de consumidores seja tão favorável a uma avaliação destes padrões quanto aquele formado por colecionadores e fãs. Os elementos de cálculo, intencionalidade, classificação, etc, aí presentes e habitualmente vistos apenas como manifestações de excentricidade, poderiam fornecer entendimento para dimensões do consumo que dificilmente seriam captadas por outros meios.

Os universos de colecionadores e fãs, como já foi aqui sugerido, guardam estreitas relações com a problemática do consumo nas sociedades modernas. Por mais curiosos e “excêntricos” que sejam, tais espaços são talvez menos interessantes por si mesmos do que por aquilo que revelam a respeito de uma sociedade largamente organizada em torno do consumo. Em meio a este gravitam instâncias presentes na vida da imensa maioria dos indivíduos: publicidade, esporte, arte, educação, entretenimento, etc. Como simples indício disso bastaria pensar no igualmente central papel exercido pelos meios de comunicação de massa nessa sociedade, cuja finalidade, menos que qualquer outra, é a de cada vez mais “movimentar” a indústria de consumo através de suas mais variadas formas de representação, dentre as quais a publicidade é apenas uma delas. As relações desta com o próprio sistema de consumo são assim analisadas por um de seus observadores:

(...) A publicidade – enquanto narrativa do consumo – estabelece uma cumplicidade entre a esfera da produção com sua serialidade, impessoalidade e seqüencialidade e a esfera do consumo com sua emotividade, significação e humanidade. Assim fazendo, permite a tradução pura e simples entre produtos (anti-humanos) e atores sociais (fortemente humanizados). Eles tecem reciprocamente um sistema de diferenças e alianças. A publicidade, parafraseando Lévi-Strauss, pode ser vista como uma espécie bem verdadeira de “totemismo hoje”. Ela é o território do simbólico encravado no reino da razão prática. Existe uma similaridade nas redes de diferenças e alianças tecidas na complementariedade entre natureza e cultura – o caso do sistema totêmico – ou na complementariedade entre produção e consumo – o

⁶⁷ MARTÍN-BARBERO, Jesús e REY, Germán. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva.** São Paulo: Editora SENAC, 2001. p. 25.

caso do sistema publicitário. A importância de uma antropologia do consumo passa por uma compreensão de que este fenômeno se constitui em um dos modos (quem sabe mesmo o modo) específicos de passagem da natureza para a cultura em nossa época.⁶⁸

Considerando-se a posição de relevo que o consumo ocupa nas sociedades modernas, é preciso destacar a questão dos espaços da vida social em direção aos quais o mesmo passa a se expandir. Não apenas em relação a novas formas de participação, conforme já foi observado, mas também a uma nova sociabilidade e, particularmente, no que diz respeito aos modos como os próprios indivíduos se definem e constroem seus vínculos coletivos. Sob a ausência dos antigos costumes e da tradição (que já então se “desmancham no ar”) e de um individualismo cuja expansão é cada vez maior, indivíduos isolados tendem cada vez mais a ver no consumo a única ligação entre sua condição de “unidade” e a mínima idéia que a ultrapasse ou exceda. Ou, o que seria dizer o mesmo, a buscar no consumo versões compatíveis com aquilo que, não existindo em outros espaços da vida social, não existe senão (real ou fantasiosamente) nos mundos do consumo. Compreendendo a publicidade e o consumo como realização vicária de um padrão idealizado e não vivido, é o caso de notar a observação de Everardo Rocha a respeito da indústria cultural:

Pensado deste ângulo relativizador, não seria tudo isso suficientemente digno de um profundo sentimento de estranheza? Não é *exótica* esta experimentação cotidiana da magia ou este relacionamento constante com uma legião de seres fantásticos? E são tantos os magos, os gênios, as bruxas, os gigantes, as fadas e espíritos que habitam nossos anúncios, programas de televisão e filmes, que qualquer inventário da imaginação desta sociedade *dentro* da indústria cultural deve levar em conta estes variados reinos de curiosa razão. Reinos impensáveis para a dura verdade da vida cotidiana levada a sério e regulada pelo rigor do trabalho ou dos negócios. Os reinos aos quais nos levam essas representações são tais que, em suas fronteiras, a razão prática é barrada. Lá não entra a lógica do mundo aqui de fora, da “produção” e da “fábrica”, da “história” e da “economia”, com suas significações absolutamente diversas.⁶⁹

⁶⁸ ROCHA, **op.cit.**, p. 154.

⁶⁹ ROCHA, **op. cit.**, p. 32.

Seria temerário simplificar tais características do consumo (inscritas ou não na publicidade) como resultado da ação manipulatória de seus produtores. Certamente não apenas nas sociedades modernas, mas também em tantos outros períodos da história, produtores dos mais diversos objetos e serviços encontraram-se empenhados em convencer “não-produtores” a respeito das propriedades e características dos mais diversos objetos. Nesse sentido, tão somente utilizando meios menos sofisticados de manipulação e convencimento que aqueles presentes, por exemplo, na moderna publicidade. Importa mais que tudo observar os diversos modos através dos quais o consumo poderá se encontrar inscrito numa sociedade ou mesmo em determinado grupo social. A variedade de arranjos e formas que resultam das inúmeras combinações entre consumo e elementos como cultura, espaço, tempo, etc, fornecem a essas mesmas práticas de consumo características muito particulares de funcionamento, dificilmente alcançáveis por meio de uma explicação “unidimensional”. Contextos tão diversos e exóticos quanto os descritos por Ruth Benedict⁷⁰ a respeito dos antigos povos que habitaram a região noroeste dos Estados Unidos, bem poderiam ilustrar a desconcertante relatividade inscrita no consumo:

A nossa civilização considera anormal o aspecto de conduta humana que a Costa do Noroeste institucionalizou vincadamente na sua cultura. E, no entanto, ele é suficientemente próximo das atitudes da nossa própria cultura para o compreendermos, a ponto de dispormos de uma terminologia bem precisa com que o discutimos. A tendência paranóico-megalomaníaca é um perigo averiguado na nossa sociedade, que nós podemos enfrentar com várias atitudes à nossa escolha. Uma é marcá-la de anormal e repreensível, e é a atitude que adotamos na nossa civilização. O outro extremo é considerá-la o atributo essencial do homem ideal, que foi a solução adotada na Cultura da Costa do Noroeste.⁷¹

Determinadas cerimônias da cultura kwakiutl, conhecidas como *potlatch*, só talvez não pareçam tão exóticas e incomuns na medida de sua semelhança com algumas práticas de nossa própria cultura.⁷² Alguns de seus elementos,

⁷⁰ Em particular as cerimônias conhecidas como *potlatch*, entre os kwakiutl.

⁷¹ BENEDICT, Ruth. **Padrões de cultura**. Lisboa: Livros do Brasil, s/d. p. 148.

⁷² “O emprego da fortuna na Costa do Noroeste, é, nitidamente e sob muitos aspectos, como uma paródia dos nossos próprios arranjos econômicos. Estas tribos não empregavam a fortuna para obterem um valor a ela equivalente em bens econômicos, mas como tentos de valor fixo num jogo que jogavam para os ganhar. A vida para eles

como seu caráter deliberadamente ostensivo e emulativo, encontram-se, de fato, plenamente representados em muitas de nossas próprias “cerimônias” de consumo. De modo semelhante, seria igualmente “curioso e exótico” observar o caráter vicário⁷³ presente em grande parte do consumismo ocidental moderno. Ou seja, no fato de parte significativa desse consumo se referir a instâncias que não se esgotam no próprio objeto consumido: não se adquire ou se dirige um Ford Mustang GT (ainda que eventualmente isso possa ser feito), mas a *idéia* de um Ford Mustang GT.⁷⁴ Ou, em termos menos emblemáticos, coisas semelhantes em relação a roupas, perfumes, casas, ferramentas, revistas ou alimentos. Menos relevante que o caráter “verdadeiro” de tudo aquilo que possa estar associado a esses e tantos outros objetos, importa perceber o uso vicário a que os mesmos se encontram associados: revistas sobre a “vida no campo” cujos assinantes em sua maioria moram nos apartamentos dos grandes centros urbanos; casas que serão mais planejadas que habitadas; cereais com “sabor de aventura” ou roupas capazes de multiplicar por três a personalidade e o estilo de seus compradores.

* * *

Se por um lado, no mundo da vida cotidiana, inúmeras possibilidades colocam-se como irrealizáveis (o mundo dos nossos desejos, limitado pelas contingências da vida em sociedade e pela própria condição humana), por outro, o mundo do consumo se apresenta como realização de tudo isso. Naturalmente essa apresentação passa pelo deliberado objetivo de

era uma escada de que os degraus eram os nomes titulares com as prerrogativas neles investidas. Cada novo degrau que se subia na escada exigia a distribuição de grandes somas de riquezas, que, no entanto, eram readquiridas com a usura que tornava possível o subir-se mais um degrau a que o escalador aspirasse”. In: BENNEDICT, **op. cit.** p. 127.

⁷³ O termo é aqui utilizado num sentido que se distingue do uso que lhe deu Thorstein Veblen. No caso deste, expressões como “consumo vicário”, “ócio vicário”, etc, encontram-se muito próximas do conceito de “consumo conspicuo”, designando principalmente o sentido emulativo dessas práticas. VEBLEN, **op. cit.**

⁷⁴ O exemplo não é de todo aleatório: produzido desde 1964 pela Ford, o Mustang possui incontáveis fãs espalhados por todo o mundo (inclusive no Brasil: www.mustangclub.com.br). Sua mais famosa performance, e que certamente muito contribui para a construção de seu mito, talvez tenha sido no filme “Bullitt”. Nele, interpretando o papel principal e dispensando a presença de um dublê, o ator Steve McQueen (na vida real um grande aficionado por carros) dirige um Mustang GT numa alucinante seqüência de perseguição pelas ruas de San Francisco, cena que se tornaria referência obrigatória para tantos outros (e muitos) filmes do gênero. **Bullit**. Direção de Peter Yates. Rio de Janeiro: Warner Home Video, 1989. 113 min., color., legendado.

publicitários e outros profissionais, mas, igualmente, pelo cálculo consciente dos consumidores, que avaliam encontrar aí, nos infindáveis e inesgotáveis mundos do consumo, exatamente aquilo que não poderiam em nenhum outro lugar encontrar. Não é preciso observar a relatividade da expressão “encontrar aí”, posto não ser a questão mais relevante o fato de encontrarem ou não no consumo aquilo que buscam, mas sim, como ponto central, *desejarem* e de algum modo *avaliarem* que irão aí encontrar aspectos ausentes da vida social convencional. Não por acaso, os mais recorrentes apelos da publicidade encontram-se ligados a questões desse tipo.

Não seria ainda impróprio afirmar a lógica dos modernos padrões de consumo como sendo a do excesso. Nesse sentido, novamente, universos como os de colecionadores e fãs poderiam ser vistos menos como práticas compulsivas de consumo que como variações de modalidades já existentes de fruição. Não se trata mais de um consumo apenas deslocado da razão econômica, como o descrito por Veblen. Os mundos criados em torno do moderno consumismo, passam a ocupar, efetivamente, espaços cada vez mais amplos; não obstante parcelas também cada vez mais amplas da população, como nota Zygmunt Bauman,⁷⁵ dele possam não participar. Um rápido olhar que se dirija aos grandes centros de consumo revela tal medida: a “versão consumo” da infância, só recentemente descoberta pelas indústrias do setor; a quase onipresente cultura do automóvel; espaços como os *shopping centers*, onde todos os centímetros e todos os minutos passam a ser calculados em sentido de estimular a “liberdade” dos consumidores; a publicidade estampada em todos os vazios disponíveis; a estetização do corpo e dos ideais de prazer e felicidade... Seria arriscado, por conta mesmo do exagero dessas medidas, e por quantas camadas de racionalidade e subjetividade comportam todos os espaços relacionados aos universos do consumo, tentar retê-los sob um único princípio geral. O funcionamento desses campos, sua lógica de reprodução, longe de apresentar a fácil lineariedade com que muitas vezes foi pensada, encontra-se permeada de sub-territórios a isso alheios.

⁷⁵ BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

Entre os limites da determinação buscada pelos “produtores” do consumo situam-se os espaços de indeterminação e complexidade das ações dos indivíduos. Consumir – e também colecionar ou tornar-se um fã – significa, talvez aí, reinventar ou estabelecer novas formas de consumo. Formas onde a ação consciente – que pensa a si mesma – dos agentes poderia ser compreendida em sua relação com outras instâncias de sociabilidade. Mundos através dos quais modos de pensar básicos, inerentes à racionalidade do consumo – capaz de apreendê-lo em sua lógica total na sociedade moderna – poderiam ser compreendidos e dimensionados. Em relação a todos esses espaços, uma evidente irreduzibilidade das ações dos indivíduos e do campo do consumo a um único modelo explicativo. E, nesse sentido, mais difícil que descobrir “mecanismos ocultos” (muitas vezes apenas óbvios) por trás de suas estruturas, seria talvez acompanhar o complexo e dinâmico movimento executado pelos próprios indivíduos e consumidores em meio a um campo cuja lógica de funcionamento encontra-se em contínuo processo de transformação.

Ao contrário da quase infinita dispersão existente no mundo do consumo convencional, os espaços circunscritos por fãs e colecionadores se apresentam como amostras muito bem definidas e distintas entre si.

É possível acreditar que, em função talvez do quanto o caráter insólito de suas práticas tenha desviado a atenção de seus observadores, ou pela própria dificuldade de se avaliar quantitativamente suas dimensões,⁷⁶ um bom número de estudos sobre fãs e colecionadores tenham se restringido a casos e abordagens bastante específicas. O que não significa dizer que tais práticas tenham escapado ao olhar de aqueles que escreveram sobre o assunto. Krzysztof Pomian, abordando a idéia de coleção como parte de um consumo inusual, buscará determinar seus contornos externos:

As locomotivas e os vagões reunidos num museu ferroviário não transportam nem os viajantes nem as mercadorias. As espadas, os canhões e as espingardas depositadas num museu do exército não servem para

⁷⁶ Praticamente não existindo, por exemplo e por motivos que facilmente poderiam ser imaginados, qualquer organismo de representação coletiva (associação de colecionadores, federação de fã-clubes, etc) ou meio que fosse capaz de indicar o número de aficionados por determinado tema, colecionadores de algum objeto em particular, etc.

matar. Os utensílios, os instrumentos e os fatos recolhidos numa coleção ou num museu de etnografia não participam nos trabalhos e nos dias das populações rurais ou urbanas. E é assim com cada coisa, que acaba neste mundo estranho, onde a utilidade parece banida para sempre. Não se pode, com efeito, sem cometer um abuso de linguagem, alargar a noção de utilidade a ponto de a atribuir a objetos cuja única função é a de se oferecerem ao olhar: às fechaduras e às chaves que não fecham nem abrem porta alguma; às máquinas que não produzem nada; aos relógios de quem não se espera a hora exata. Ainda que na sua vida anterior tivessem um uso determinado, as peças de museu ou de coleção já não o tem. (...) É portanto possível circunscrever a instituição de que nos ocupamos: uma coleção, isto é, qualquer conjunto de objetos naturais ou artificiais, mantidos temporária ou definitivamente fora do circuito das atividades econômicas, sujeitos a uma proteção especial num local fechado preparado para este fim e expostos ao olhar do público.⁷⁷

O caráter descritivo da definição de Krzysztof Pomian não fornece (e nem pretende) contudo, elementos suficientes para um entendimento da coleção como resultado da prática de indivíduos especificamente dedicados a esse fim. Ou seja, ao definir a idéia de coleção mais em função dos próprios objetos que em relação às práticas que aí se encontram inscritas, a descrição de Pomian termina não alcançando uma dimensão bastante significativa do campo das coleções em geral; suficientemente significativa pelo quanto as ações dos indivíduos nesses espaços indiquem possuir relações com outras esferas da vida social ou mesmo com o próprio e enigmático ideal colecionista.

Uma definição que fosse feita além desses limites poderia indicar como características dessa sociabilidade particular os seguintes pontos: (a) eleição de uma categoria de objetos (ou uma personalidade, no caso de fãs) em relação à qual o culto é organizado; (b) perfeita distinção entre o objeto de culto e suas versões impuras (imitações, *covers*, critérios de desclassificação, etc); (c) elaboração de uma explicação fundadora, capaz de justificar a singularidade e primazia do objeto eleito sobre todos os demais; (d) utilização de critérios classificatórios (hierárquicos, cronológicos, etc) para efeito de organização de práticas devocionais; (e) exercício de algum tipo

⁷⁷ POMIAN, **op. cit.**, p. 51.

de proselitismo ou divulgação dos significados particulares do objeto ou personalidade eleita.

É preciso observar que, dentro destes critérios, seria desnecessária a distinção entre fãs e colecionadores: a principal diferença entre uns e outros diz respeito ao fato de que enquanto colecionadores se dedicam ao culto de objetos, fãs organizam suas práticas devocionais em relação a uma personalidade ou tema inscrito nos meios de comunicação de massa. A história dos fã-clubes é, portanto e nesse sentido, algo bem mais recente que o registro das primeiras coleções. Ainda que seja “teoricamente” possível organizar um fã-clube em torno de algum tema ou personalidade cuja existência não tenha sido divulgada pelos meios de comunicação de massa, não são muito comuns os casos de fã-clubes construídos em torno de pessoas ou grupos desconhecidos do grande público. Não por acaso o surgimento do primeiro fã-clube – organizado nos Estados Unidos em torno da figura de um ator de teatro inglês – coincide com o nascimento do cinema:

Consta que o primeiro fã-clube foi formado para Lewis Waller (1860-1915), um ator britânico. Ele era o protagonista em muitas peças de Shakespeare. A crítica efervescia a seu respeito: “Aí está um ator com voz gloriosa, uma personalidade terrível, que conhece seu trabalho e consegue vestir as roupas de seu personagem como se fossem suas roupas habituais.”

Ele era o favorito entre os fãs e as senhoras eram loucas por ele. Em algum ponto entre 1900 e 1901, alguns fãs de Waller se juntaram para formar “A Admirável Ordem dos Walleritas” (“The Keen Order of Wallerites”). Este é creditado como o primeiro verdadeiro fã-clube na história, a despeito da palavra “fa” não ser usada na Grã-Bretanha naquela época.

Os Walleritas eram reportados como usando um botão como símbolo de sua afiliação. Era provido de um retrato de Waller de um lado e um desenho de uma espécie de violeta (*Viola tricolor* L.) do outro lado, flor esta, a favorita de Waller. O clube possuía suas cores características: azul e malva. Aos membros era solicitado seguir regras estritas. O contato pessoal com Waller era desencorajado, mas a assistência às suas performances era encorajada e esperada.⁷⁸

⁷⁸ KAY, Linda. Como os fã-clubes começaram nos Estados Unidos. Disponível em: <<http://www.ifcs.co.za/aboutclub.html>>. Acesso em: 08 abr. 2005.

Estimulando o surgimento de novos fã-clubes, logo cedo o desenvolvimento do cinema viria a alterar (pelo menos nesse sentido) as relações entre público e atores. Situação impensável para os dias atuais, é curioso notar a forma como estes últimos, vindos do teatro, percebiam a si mesmos naquilo que dizia respeito ao novo meio:

Fã-clubes tornaram-se realmente populares quando o apelo universal do cinema ganhou força. A princípio, o nome dos atores não era creditado nos filmes, em grande parte porque, em sua profissão, participar de filmes era considerado um sinal de decadência nos palcos. Quando os filmes mudos tornaram-se famosos, os fãs começaram a perguntar quem eram aquelas pessoas que apareciam na tela. À medida que os atores ficaram conhecidos, revistas de fãs e fã-clubes mantinham as pessoas informadas a respeito deles. O público queria sempre mais informação sobre suas estrelas favoritas e os estúdios de Hollywood, que controlavam cada aspecto da indústria do cinema na maior parte da primeira metade do século XIX, forneciam-na alegremente.⁷⁹

Aspecto igualmente notável seria a forma de organização dos primeiros fã-clubes, inclusive naquilo que diz respeito ao esforço feito pela indústria cinematográfica no sentido de absorver sua energia:

Os fã-clubes ganharam popularidade quando os filmes entraram em sua era falada. Alguns clubes eram controlados por fãs, mas a maioria era organizada por secretarias dos estúdios ou por amigos e/ou familiares das estrelas de cinema. Fotografias e promoções para os filmes cujo lançamento encontrava-se iminente eram enviados a seus membros, que geralmente pagavam uma taxa módica de afiliação.⁸⁰

Ainda que o esporte, o rádio e principalmente o cinema tenham fornecido inspiração para a criação de incontáveis fã-clubes, cabe à televisão um papel de destaque nos anos 60 e 70, em grande medida relacionado aos seriados de ficção científica. Estes, que já haviam experimentado grande sucesso nas décadas de 30 e 40, são reabilitados nos anos 60 e 70, possivelmente sob influência dos acontecimentos relacionados à “corrida espacial” disputada entre URSS e EEUU:

⁷⁹ KAY, **op. cit.**

⁸⁰ KAY, **op. cit.**

O aficionismo pela ficção científica ganhou notoriedade nas décadas de 60 e 70 (do século XX) graças à popularidade da série de televisão “Jornada nas estrelas” e ao estrondoso sucesso de “Guerra nas estrelas”. O advento de “Jornada nas estrelas” levou o aficionismo para um novo terreno.⁸¹ Foi devido à ficção científica que autores não somente escreviam suas histórias povoadas por seus personagens favoritos como também as publicavam às próprias expensas, tornando-as disponíveis a outros fãs. Estas publicações foram chamadas “fanzines” e este termo referia-se especificamente a publicações eminentemente *sci-fi*.⁸²

Em última instância, o maior vínculo de um colecionador encontra-se relacionado não exatamente ao próprio objeto, mas sim, de forma profunda, à idéia que faz desse objeto: a associação deste último a um tempo, lugar, contexto e toda sorte de particularismos capazes de conferir à sua natureza aparentemente comum um sentido de absoluta singularidade (não obstante o fato de, no mais das vezes, ter sido produzido em escala). Tanto quanto um fã, afinal, também o faz em relação ao seu ídolo. Restaria notar que, ainda assim, as práticas de colecionadores e fãs encontram-se igualmente referenciadas a objetos: de forma mais visível no caso de colecionadores, e de modo incidental no caso de fãs, na medida em que estes estejam também empenhados na obtenção, guarda, classificação de todo e qualquer objeto que possua alguma relação com seus ídolos.

* * *

A opção de se fazer uma etnografia do consumo através de fãs e colecionadores apresentou-se como uma forma de investigação capaz de fornecer informações não apenas em relação a aspectos particulares do próprio consumo, como também àquilo que se refere às práticas de colecionadores e fãs. Ainda que outros recortes pudessem ser feitos, a análise do extremamente peculiar mundo das pessoas que se dedicam ao consumo sistemático de uma coisa só pareceu oferecer a possibilidade de explorar campos sociais que, freqüentemente muito próximos do cotidiano, ao mesmo tempo apresentavam-se investidos de lógicas totalmente inusuais.

⁸¹ Segundo informações de uma das entrevistadas, o seriado “Jornada nas Estrelas”, cuja primeira versão foi ao ar em 1966, só veio a fazer sucesso alguns anos mais tarde por meio de suas reprises em algumas emissoras de televisão dos Estados Unidos. Inicialmente previsto para durar cinco anos (o que é dito em sua clássica cena de abertura: “...em sua missão de cinco anos...”), terminou durando apenas três, em função da baixa audiência.

Tais campos possuem, contudo, modos de funcionamento que muito os afastam de outros grupos e, por consequência, terminam por implicar outras formas de análise. Entre os muitos aspectos incomuns relacionados ao mundo dos aficionados, destaca-se a universalidade de suas quase que infinitas especialidades, onde praticamente toda e qualquer coisa poderia vir a ser transformada em objeto de uma coleção. Tal característica se faz problemática na medida em que, se por um lado potencial e praticamente tudo no mundo estaria em condições de vir a ser transformado em objeto de coleção, por outro, não haveria nenhum modo de circunscrever ou dimensionar o número dos indivíduos que se dedicam a colecionar essas coisas. Tem-se, assim, a existência de um universo de pesquisa cuja mensuração é praticamente impossível em função de não haver nenhum meio de se descobrir as dimensões do conjunto. De modo semelhante, outras características, próprias à condição de colecionadores e fãs, impossibilitaram igualmente qualquer tentativa de estabelecer com maior nitidez os contornos e população desses espaços. Em função do caráter monotemático e autônomo de seus grupos (nos casos em que seus praticantes decidem se organizar em grupo) suas associações prescindem umas das outras, impedindo, dessa forma, até mesmo uma projeção quantitativa do conjunto.

A alternativa de fazer a pesquisa incidir sobre um único grupo ou temática apresentava-se pouco atraente, tendo em vista a própria construção do objeto de pesquisa. Ainda que a opção de se proceder a um estudo de caso trouxesse consigo a solução de inconvenientes ligados aos limites da análise, estabelecendo um campo nítido e uniforme de pesquisa, deixaria de fornecer exatamente aquilo que permite ser alcançado por um trabalho de natureza exploratória. Desse modo, não obstante a investigação do consumo através de fãs e colecionadores já se constituir num recorte metodológico com função de circunscrever um campo excessivamente vasto de trabalho, ainda assim o problema de sua delimitação permaneceria presente. Por outro lado, permaneceria também a dúvida a respeito das limitações e riscos que um estudo específico e isolado poderiam trazer à pesquisa. A questão central, neste caso, passaria a dizer respeito à forma pela qual seria possível a construção de um universo suficientemente representativo de um conjunto

⁸² KAY, **op. cit.**

tão amplo e multiforme. Sendo exatamente tão amplo e multiforme, nenhum espaço, período de tempo ou temática estariam em condições de fornecer, de forma totalmente satisfatória, modelos que pudessem ser apontados como representativos do todo.

A despeito da característica dispersão e amplitude que marca o campo do colecionismo – em meio ao qual não parece ser possível determinar com precisão sequer a proporção de indivíduos que se dedicam a um mesmo tipo de coleção – alguns traços comuns a todas as coleções parecem permitir, tanto quanto a tipificação daquilo que se entende por coleção, também aquilo que vem a constituir um típico colecionador. A definição de coleção construída por Krzysztof Pomian – “qualquer conjunto de objetos naturais ou artificiais, mantidos temporária ou definitivamente fora do circuito das atividades econômicas, sujeitos a uma proteção especial num local fechado preparado para este fim e expostos ao olhar do público”⁸³ – parece ser, como foi visto, válida para qualquer coleção, desde 40.000 a.C. até o presente. Ainda que variem os meios e os próprios objetos a serem colecionados, também o colecionador típico não parece sofrer variações significativas em suas características essenciais. Particularmente nestas condições, parece existir validade no princípio segundo o qual as características do todo podem ser encontradas nas partes. Ou seja, independente do grupo, indivíduo ou temática escolhida para análise, as características essenciais do colecionismo estariam seguramente aí presentes.

Tal constatação não eliminou, contudo e por si só, a necessidade de circunscrever, de algum modo, um espaço de investigação específico, sobre o qual a pesquisa deveria incidir. Principalmente, a não opção por um recorte que limitasse a pesquisa a um tipo específico de colecionismo ou a fãs de uma personalidade específica, procurou evitar um empobrecimento do trabalho, uma vez que, restritos à rígida inflexibilidade da amostra, os eventuais resultados só praticamente poderiam ser considerados válidos em relação aos limites impostos por esta escolha. A esse respeito, sobre os problemas relacionados à pesquisa de sistemas abertos, vale citar a observação de Martin Bauer e Bas Aarts:

⁸³ POMIAN, **op. cit.**

Vejamos casos de populações que não podem ser conhecidas. Um prêmio de muitos milhares de libras esterlinas foi recentemente oferecido, em uma conferência pública, para quem fosse capaz de apresentar um referencial de amostragem para conversações e interações humanas. O conferencista estava seguro que ninguém seria capaz de responder ao desafio. Observe o conteúdo da fala, a concatenação das palavras, em um pequeno número de palavras, de acordo com uma gramática. Em qualquer momento o número de frases é um recurso infinito. Falas, conversações e interações humanas são sistemas abertos, cujos elementos são as palavras e os movimentos, em um conjunto infinito de seqüências possíveis. Para sistemas abertos, a população é, em princípio, impossível de ser conhecida. Seus elementos podem ser no máximo tipificados, mas não listados.⁸⁴

A construção de um recorte de pesquisa terminou sendo, assim, orientada tanto pela natureza peculiar do objeto quanto pela convicção de que os resultados de um estudo exploratório e qualitativo se encontrariam diretamente relacionados à flexibilidade da metodologia utilizada. Uma vez feita a escolha de se construir uma amostra intencional, ficou claro que o melhor meio de seleção de um grupo significativo de fãs e colecionadores seria obtido dentre aqueles que possuíssem algum tipo de representação na *internet*. Considerando que a popularização desse meio no Brasil tenha se dado por volta de 1995,⁸⁵ seria possível supor com alguma segurança que no ano de 2003 muitos colecionadores e fãs teriam já construído suas respectivas *home pages* na rede. Como evidência disso, o interesse dos mesmos na divulgação de suas temáticas e o estabelecimento de contato com outros aficionados. É o caso de se observar que tanto num quanto em outro caso, o recurso à *internet* passava a lhes apresentar a incomparável vantagem de uma divulgação muito ampla a custos razoavelmente baixos. Para efeito de se obter uma listagem dos *sites* de fãs e colecionadores foi utilizado o sistema de busca Google®, através do qual foram apresentadas

⁸⁴ BAUER, Martin W. e AARTS, Bas. A construção do corpus: um princípio para a coleta de dados. In: BAUER, Martin W. e GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 43.

⁸⁵ Segundo Tamara Benakouche a explosão de uso da *internet* no país coincidiu com a exibição da novela “Explode Coração”, veiculada pela TV Globo. Nesta, sugestivamente o par amoroso central se conhece através da *internet*. In: BENAKOUCHE, Tamara. Redes técnicas/redes sociais: pré-história da internet no Brasil. **Revista USP**, São Paulo, nº 35, pp. 125-133, nov. 1997.

aproximadamente (apenas no Brasil) 237.000 páginas relacionadas à palavra “coleções” e 13.500 à palavra “fã-clube”.

Tomando por base este conjunto de endereços foi, então, construída uma amostra intencional capaz de representar o universo maior de fãs, colecionadores e aficionados. A construção dessa amostra seguiu parâmetros previamente estabelecidos – localização, idade, sexo, temática, etc – tentando evitar tudo aquilo que pudesse conferir algum tipo de viés ao trabalho. A própria tarefa de seleção das páginas de fã-clubes, colecionadores e aficionados observou um padrão quase “artesanal”, no sentido buscar garantir para cada caso características muito bem determinadas: que, naturalmente, o entrevistado tivesse ampla disponibilidade para conversar sobre o assunto;⁸⁶ exclusão de “neófitos” e aficionados “ocasionais”; pesquisa preliminar a respeito do próprio tema de cada entrevistado; contato com outros aficionados, de modo que fosse possível localizar o entrevistado dentro do grupo, etc.

Foram ainda evitadas entrevistas com aficionados cujas temáticas se repetissem, buscando com isso aumentar o volume de informações e ao mesmo tempo evitar problemas de sobreposição. A exclusão de modalidades muito difundidas e populares (filatelia, cartofilia e numismática) também foi necessária pelo risco de, sendo excessivamente difundidas e possuindo um elevado número de aficionados ocasionais, eventualmente a escolha de algum entrevistado poderia vir a constituir algum tipo de desequilíbrio ao conjunto.⁸⁷ A característica principal utilizada na seleção dos entrevistados foi exatamente a de que sua prática, seja de fã ou colecionador, ocupasse um significado central em seu cotidiano. Em outros termos, que tanto sua identidade quanto suas ações estivessem fortemente marcadas pela condição de ser um colecionador ou um fã. Finalmente, foram incluídos na amostra uma proporção de colecionadores e fãs que não possuíssem *home pages*, considerando a existência, ainda no ano de 2003, de muitos fãs e

⁸⁶ Questão que talvez não seja tão óbvia, considerando a natureza e “densidade” de informações a serem buscadas em cada entrevista. Por outro lado, e nesse caso por motivos evidentes, nenhum fã ou colecionador se recusou a conversar (muito) sobre o assunto que, afinal, mais lhe interessava e desejava falar.

⁸⁷ Cuidou-se para que nenhum falso fã-clube ou colecionador viesse a ser incluído acidentalmente na amostra: não raro gravadoras e lojas especializadas costumam

colecionadores que, por um motivo ou outro tivessem escolhido não utilizar a *internet* como espaço de localização, de modo a manter a representação de uma parcela certamente existente no campo.

Norteada por esses princípios foi então feita uma lista inicial de quinze fãs e colecionadores, a serem entrevistados por meio de um roteiro de questões previamente elaborado. Tal número poderia crescer ou mesmo diminuir em função do ponto de saturação de seus resultados, condicionando assim a conclusão dessa etapa ao momento em que se tornasse evidente que outras entrevistas não trariam nova variedade de elementos à pesquisa. Em números, a construção da amostra foi estabelecida de modo a se obter uma imagem o mais próxima possível do universo pesquisado: oito colecionadores e sete fãs; doze entrevistados e três entrevistadas; três entrevistados acima de cinqüenta anos, sete entre trinta e cinqüenta anos e outros cinco abaixo dos trinta anos. A escolha dos colecionadores e fãs também foi em parte orientada pela natureza de suas temáticas, na medida que possibilitassem ao pesquisador investigar antecipadamente o assunto para efeito de realização das entrevistas.⁸⁸

Cada encontro demandou um tipo particular de preparo e condução, buscando-se obter a melhor qualidade possível de informação. Como procedimento habitual, num primeiro momento era feita a localização e análise da página relativa ao tema a ser tratado com o entrevistado na *internet* (ainda que cinco dos quinze entrevistados não o tivessem, tendo sido localizados de outros modos⁸⁹) e, na seqüência, um primeiro contato telefônico. Entre a data do acerto da entrevista e a realização da mesma, buscou-se colher o máximo de informações possíveis a respeito da temática em questão. Considerando a natureza qualitativa das entrevistas e da

promover seus artistas ou produtos por meio da criação artificial de improváveis fã-clubes (exemplos: Fã-Clube Mário Veloso; Clube do Picapeiro, etc).

⁸⁸ Tal estratégia se mostrou fundamental, na medida que, dada a natureza qualitativa e exploratória das entrevistas, seria fundamental a existência de alguma empatia entre as partes – e, nesse sentido, um conhecimento prévio do tema pelo entrevistador terminou sendo muito importante.

⁸⁹ Por meio de contatos previamente estabelecidos no interior do campo, o acesso a alguns dos entrevistados foi feito através da indicação de outros entrevistados. Tal procedimento foi grandemente facilitado pelo fato de que normalmente, mesmo no caso de cidades de maior porte, colecionadores e aficionados em geral serem personalidades muito conhecidas do público em geral (tanto quanto entre si mesmos).

própria pesquisa, em que pouco resultado seria obtido a partir de uma abordagem quantitativa, as estratégias de abordagem se mostraram bastante adequadas. Um dos objetivos foi o de fazer com que a entrevista apresentasse um caráter que estivesse mais próximo de uma conversa que propriamente de uma entrevista. Nesse sentido, foi utilizado apenas um gravador (três dos entrevistados preferiram que suas entrevistas não fossem gravadas) e um roteiro de questões que deveriam ser abordados. Outros detalhes, como até mesmo o local de realização das entrevistas, foram avaliados com o mesmo propósito. Na maior parte das encontros, o conhecimento prévio do assunto em questão representou grande importância, fazendo com que a entrevista fluísse naturalmente, num ritmo de confiança e mútuo interesse. Seguindo sua ordem cronológica de sua realização foram os seguintes os principais personagens da pesquisa:

Vanderlei de Oliveira Cirino: 27 anos, residente em Maringá e diretor de arte de uma agência de publicidade. Fã do grupo sueco Roxette (na verdade uma dupla, formada por Per Gessle e Marie Fredriksson) desde os 22 anos de idade. Além de possuir o domínio www.roxette.com.br no país e manter contato com outros fãs, Vanderlei, que morou na Holanda por um ano, chegou a conhecer pessoalmente Per Gessle e Marie Fredriksson, por ocasião da vinda da dupla ao Brasil. Além dos mais de 40 discos e CDs do Roxette (dos quais apenas 13 constituem lançamentos “oficiais”), o entrevistado possui em seu acervo farto material relativo ao grupo. Em relação ao outros fãs, participava regularmente de um grupo de discussão na *internet*, baseado no qual alguns encontros “ao vivo” foram organizados e realizados.

Wilson Gato: 63 anos, residente em Maringá e proprietário de uma empresa de brindes. Colecionador de automóveis dos anos 60 e 70. Em função da antigüidade apenas relativa dos modelos, alguns deles puderam ser adquiridos ainda novos e, deixados numa garagem, passaram a aguardar o momento em que se tornariam raridades. Ao contrário daquilo que fazem muitos colecionadores de veículos, seu interesse diz respeito às características “acabadas” de cada automóvel, menos que em relação a aspectos de mecânica, restauração, etc. Do conjunto de mais de vinte veículos (em sua maioria nacionais, fabricados por marcas como Chrysler, Ford, Vemag, Volkswagen, etc) o maior interesse do colecionador se voltava

para os modelos da linha Dodge Dart (em particular o modelo Dodge Charger R/T), fabricados pela Chrysler do Brasil entre os anos de 70 e 80. Não mantém nenhuma página na *internet* sobre o assunto.

Altair Galvão: 56 anos, residente em Maringá. Funcionário aposentado do Banco do Brasil e acadêmico do curso de Ciências Sociais da Universidade Estadual de Maringá. Apesar de ter sido indicado como colecionador de LP's, sua prática dificilmente poderia incluí-lo nesta condição. O caráter altamente genérico de seus interesses (não restringindo seu acervo de discos e livros a qualquer caso específico de gênero, editor, lugar, autor, ou época, por exemplo) terminava sendo exatamente aquilo que não permitiria classificá-lo como colecionador. Sua relação com tais objetos assumia contornos nitidamente quantitativos, não havendo, como é praticamente regra em se tratando de colecionadores, uma “explicação fundadora” definida, métodos de classificação claros ou mesmo a posse de habilidades e critérios de busca e escolha tão definidos quanto aqueles utilizados por outros aficionados. Não mantinha nenhuma página na *internet* sobre o assunto.

Edson Galhardi: 37 anos, residente em São Paulo. Foi o único entrevistado que vivia de sua atividade de fã, seguindo carreira de *cover* do cantor Elvis Presley (tendo sido até os 28 anos proprietário de uma revenda de esquadrias de madeira). Paralelo a essa atividade profissional, se definia antes de tudo como um fã de Elvis, possuindo grande conhecimento sobre o assunto, acumulando farto material relativo ao cantor, mantendo contato com outros fãs, etc. Reconhecido como um dos melhores *covers* do ídolo no Brasil, decidiu se profissionalizar como tal a partir dos 30 anos (considerando aí sua notável semelhança física com o ídolo).

Nicolau Pupna: 58 anos, residente em Maringá e funcionário dos correios. Profundo conhecedor de filmes de faroeste, estendeu seu interesse para algumas revistas em quadrinhos do gênero (“Tex”, por exemplo). Além de possuir um razoável acervo relativo ao tema (filmes, HQ, publicações diversas, etc), mantém contato constante com fãs do gênero desta cidade e de outros estados. Sua especialidade diz respeito aos filmes do gênero produzidos entre os anos 40 e 50, especificamente aqueles ligados ao conflito

entre “soldados e índios”. Apesar de não manter nenhuma página na *internet* sobre o assunto, utiliza a rede para fins de pesquisa e contato com outros fãs.

Osvaldo Teodoro Born: 31 anos, residente em Curitiba. Pedagogo e Especialista em Educação pela UFPR. Presidente do Omnibus do Brasil, é também o responsável pela manutenção da página do clube na *internet*, editando ainda um jornal eletrônico (“A Folha do Omnibus”) especificamente voltado ao tema do colecionismo de material sobre ônibus. Como presidente do clube, promove e participa de encontros destinados a reunir sócios e simpatizantes do assunto. Tais encontros, bastante descontraídos e animados, contam com a participação de um público muito diversificado: adolescentes, universitários, funcionários públicos, trabalhadores do setor de transportes, etc.

Reginaldo Rocha Loures: 65 anos, residente em Mandaguari (norte do Paraná) e proprietário de alguns postos de combustível nesta cidade. Colecionador de jipes Willys, fabricados especificamente no ano de 1951 (tais modelos, popularmente conhecidos entre os aficionados pelo gênero como “cara de cavalo”, são considerados bem melhores que os fabricados em outros anos). Chegou a possuir 16 desses automóveis. Atualmente, já aposentado, se desfez de quase metade da coleção. Não mantém nenhuma página na *internet* sobre o assunto. Além do mencionado modelo de jipe, possui também uma coleção de bicicletas suecas Prosdócimo (marca que, ao contrário daquilo que sugere seu nome, nenhuma relação tinha com a conhecida fábrica de refrigeradores).

Daniele Sayuri: 23 anos, residente na cidade de Maringá, aluna do curso de mestrado em biologia da Universidade Estadual de Maringá. Fã do seriado Jornada nas Estrelas, tendo já pertencido à Frota Estelar Brasil e à Frota Estelar Paulista. Antes de se mudar para Maringá, participava regularmente de encontros promovidos pelos fãs da série. Atualmente mantém contato regular com outros membros da frota por meio da *internet*. Como é comum entre os *trekkers*, seu maior interesse encontra-se relacionado às muitas antecipações e prognósticos de ordem científica presentes no seriado. Uma

das poucas entrevistadas da amostra, adquiriu interesse pela série por influência da mãe.

Chrystian Ronaldo Silva: 29 anos, residente na cidade de Maringá, primeiro secretário da Associação dos Funcionários da Universidade Estadual de Maringá. Aficionado por quadrinhos e profundo conhecedor desse campo. Talvez o mais “reflexivo” dos entrevistados, tendo sido o responsável por informações que utilizavam tanto seu ponto de vista de aficionado quanto uma perspectiva externa, no sentido de permitir uma compreensão do funcionamento do próprio campo dos quadrinhos (questões ligadas ao mercado editorial, “escolas” e influências presentes em cada gênero, aspectos relacionados à sociabilidade dos fãs de quadrinhos, etc).

José Carlos dos Santos: 52 anos, residente em Maringá e proprietário de uma pequena metalúrgica. Fã da cantora Wanderléia desde os 16 anos, se tornou conhecido na cidade por planejar, com um ano de antecedência, um *show* da mesma (sorteando um veículo especialmente comprado para este fim, vendendo ingressos com antecedência, etc). O *show* terminou acontecendo, conforme previsto, no ano de 2000 (por ocasião de sua data de aniversário). Sua relação com a cantora diz mais respeito à própria figura da cantora, ainda que possua um acervo de objetos relacionados à mesma, mantenha contato com outros fãs, etc.

Renato Marcello: 30 anos, residente em São Paulo e encarregado geral da loja de discos Nuvem Nove. Fã do grupo canadense Rush (normalmente classificado como representante do *rock progressivo*) e presidente do fã-clube “La Villa Strangiato Brazilian Fan Club”, sendo seu nome referência muito conhecida no meio e na imprensa especializada, naquilo que diz respeito ao assunto. Mantém constante contato com outros fãs do grupo, espalhados por outros estados e no exterior (inclusive por meio do fã-clube, que possui uma página na *internet*). Chegou a conhecer pessoalmente dois dos três músicos do grupo durante a turnê brasileira, em 2002.

Carlos Augusto Ferreira: 40 anos, residente em Maringá. Apresentador de um programa de rádio numa emissora local e aficionado por seriados americanos dos anos 60 e 70. Possui em seu acervo grande quantidade de

episódios dessas séries, mantendo contato regular com fãs de outras regiões do país. Como costuma acontecer com outros colecionadores, seu interesse pelo tema encontra-se relacionado ao passado e à infância (sendo “Túnel do tempo”⁹⁰ seu seriado preferido). Um dos poucos entrevistados que, além do interesse pelo próprio tema, demonstrava possuir uma explicação particular a respeito do ato de colecionar.

Eliana Aparecida dos Santos: 30 anos, residente em Maringá, funcionária do setor privado. Casada (com um não aficionado) e mãe de duas filhas. Uma das três entrevistadas, aficionada por “quadrinhos de arte”. Num meio particularmente masculino, possui grande conhecimento a respeito do tema, tendo influenciado o interesse de outros aficionados. Começou a se interessar pelo assunto por meio do pai, que lia regularmente quadrinhos (ainda que de outro gênero). Possui uma interpretação muito reflexiva e bem articulada do campo, capaz de explicar aspectos que normalmente se encontram aí ausentes.

Fernando Camargo: 39 anos, residente em São Paulo, assistente de arte de uma agência de publicidade. Colecionador de forte apaches fabricados entre as décadas de 1950 e 1970. Seu interesse por esses brinquedos remete à sua infância e aos primeiros exemplares que possuiu. Perdendo o interesse pelo assunto durante a adolescência e alguns anos depois, só voltaria a se interessar pelo tema aos 28 anos, por ocasião de uma visita à casa da mãe (quando encontrou perdido um dos clássicos “indiozinhos” que compunham o brinquedo, iniciando a partir daí sua coleção de mais de 2.000 peças).

Ana Paula Marques: 38 anos, professora, residente na cidade de Londrina. Fã do seriado “Jornada nas Estrelas” e ex-membro da Frota Estelar Brasil. Residindo em São Paulo, participava regularmente das atividades do grupo (dentro do qual possuía a patente de cadete), situação que deixou de acontecer por ocasião de sua mudança para Londrina. Seu interesse pelo seriado nasceu por influência do pai. Dentre todos os entrevistados, é a

⁹⁰ O seriado “Túnel do tempo”, baseado num romance de Murray Leinster, foi criado por Irwin Allen. Nele, dois cientistas, envolvidos no projeto homônimo do governo americano, viajavam ao passado e eventualmente pelo futuro da humanidade, presenciando cotidianamente acontecimentos marcantes da história. Disponível em <<http://infantv.hpg.ig.com.br/tuneltempo.htm>>. Acesso em: 13 jan. 2005.

única casada com um fã da mesma série (sendo que se conheceram por meio desse interesse comum), ainda que não veja nessa coincidência o motivo determinante da união.

Os critérios utilizados na elaboração dessa amostra buscaram, assim, solucionar o problema de investigação de um objeto que, por sua condição e natureza, encontrava-se parcial e inevitavelmente oculto. Como alternativa possível a esses limites procedeu-se a construção de uma amostra intencional que possuísse a maior eqüidistância possível em relação a algumas variáveis básicas (idade, sexo, temática, localização, etc); de modo que, por meio de um equilíbrio entre as mesmas, fosse possível evitar que as eventuais diferenças entre as partes produzissem algum desequilíbrio significativo.

Finalmente, a escolha de se tomar exemplos da diversidade do universo de fãs e colecionadores como objeto da pesquisa – supondo, dessa forma a existência de um *modus operandi* comum às muitas práticas aí inscritas – e não, como seria natural, a seleção de um grupo específico, permitiu uma maior profundidade na exploração desses singulares e inusitados universos de consumo. Os limites do trabalho de campo e das entrevistas foram colocados, como já foi dito, em seus pontos de saturação: ainda que não existisse o propósito de alcançar a “essência” do objeto, seria esperado que em dado momento e em função das perguntas colocadas pelo trabalho, as respostas obtidas deixassem de fornecer informações significativamente novas – seu ponto de saturação – indicando a existência de modos típicos de pensar e agir, comuns ao grupo e ao universo pesquisado. Possivelmente o risco maior dessa estratégia diria respeito à perda de um certo rigor metodológico e, nesse caso, à constatação de que os métodos das ciências sociais não poderiam buscar sua eficácia nos modelos das ciências naturais. Tal risco, seria largamente compensado, contudo, por meio da profundidade das informações que desse modo viriam a ser obtidas. Em função da natureza exploratória da pesquisa, uma semelhança de elementos, forçada por um determinado recorte metodológico poderia, ainda que

“conceitualmente correta”, trazer muito menos que outra, obtida a partir da máxima diversidade que a amostragem do objeto permitisse alcançar.⁹¹

⁹¹ Como vantagem accidental, a investigação do consumo através de fãs e colecionadores implicou uma relativa facilidade de obtenção de informações. Ou seja, ainda que, em maior ou menor grau, alguns desses grupos se estruturem como sociedade de iniciados (cujo acesso, portanto, é parcialmente vetado aos não iniciados), é igualmente comum a existência de um interesse na divulgação das respectivas causas sob os mais diversos aspectos (em termos de racionalização, publicidade, justificação, emulação, etc). Tal aspecto assume certa importância ao serem consideradas as condições objetivas de realização de um trabalho desse tipo, onde limites de tempo e recursos se constituem em elementos significativos.

PRÁTICAS DE CONSUMO: OBJETOS E PERSONALIDADES

E não é outro o sentido das formosas horas que costumo passar nas galerias, já dormindo pacificamente, já vigiando de bom grado, nestas galerias que foram calculadas exatamente para mim, para poder esticar-me satisfeito ou brincar como uma criança, ou jazer sonhadoramente, ou adormecer feliz. E as pequenas praças, todas perfeitamente conhecidas e que, apesar de sua completa igualdade, posso diferenciar entre si de olhos fechados pela simples curvatura de suas paredes, cercam-me amistosas e cálidas, como um ninho de ave. E tudo, tudo, silencioso e vazio.

Franz Kafka – A construção

Investigar um tema incomum implica na busca de soluções metodológicas alternativas ou mesmo em abordagens marcadas pelas próprias características do objeto. Todos os gêneros de aficionismo são, por definição, constituídos por especialistas. O termo “especialista”, nesses casos, encontra-se fracamente relacionado a um conhecimento técnico-profissional, regulamentarmente reconhecido por alguma instituição. Muito além disso, a especialização de um colecionador ou de um fã tem sua origem em coisas muito mais profundas que aquelas usualmente presentes nas práticas de um profissional. Destituída de qualquer finalidade utilitária, sua prática encontra-se ligada a um desejo apaixonado de ter, saber, ajuntar e ordenar a maior quantidade possível de objetos e informações relacionadas a um mesmo tema. Tal distinção entre o gosto apaixonado de um fã ou colecionador e a racionalidade prática de um especialista parece coincidir com o fato de só muito raramente um colecionador ou fã trabalhar ou viver daquilo que, paradoxalmente, mais entende. Desse modo, os aficionados por ônibus raramente poderão ser encontrados no setor de transporte rodoviário de passageiros, os colecionadores de carros normalmente não são também mecânicos ou donos de concessionárias, fãs de grupos musicais normalmente não são músicos, etc. Dentre os quinze entrevistados apenas um vivia, efetivamente, por conta daquilo que o capacitava seu conhecimento de fã (trabalhando como *cover* do ídolo *pop* Elvis Presley).

A distância existente entre a ocupação ordinária do aficionado e sua condição de especialista em determinado assunto faz com que o mesmo tome o universo profissional daqueles que, efetivamente, vivem e trabalham com o tema como um mundo mais completo, interessante e prazeroso que o seu próprio. Não é preciso observar que esta admiração se encontra estreitamente ligada à idealização do próprio objeto, ou mais exatamente dizendo, à escolha deliberada de um espaço definido nessas condições. Se em alguns casos essa admiração permanece sendo um vago desejo, em outros poderá adquirir um contorno nitidamente vicário. Não raro alguns grupos ou membros de clubes ambientalizam seus encontros de acordo com um padrão estético correspondente. A esse respeito, os encontros promovidos pela Frota Estelar Brasil fornecem ótimo exemplo pelo espaço lúdico que abrem aos seus participantes, que podem, livremente e sem nenhum constrangimento, se vestirem com o mesmo uniforme dos heróis da série, portarem réplicas de suas armas, comprarem ou usarem uma orelha de Vulcano,⁹² etc. No caso do Clube dos Amigos do *Western* alguns dos encontros, normalmente dedicados à troca de material e exibição de filmes, são também oportunidade para seus sócios se vestirem como *cowboys*. Tal caráter vicário poderia ainda ser encontrado numa curiosa modalidade de aficionismo, na qual fãs de músicos conhecidos reproduzem “imaginariamente” as *performances* de seus ídolos:

Guitarristas ou não terão a sua chance de mostrar o que sabem empunhando uma guitarra imaginária. Acontece em São Paulo, de 4 a 6 de novembro, a partir das 18h00, na futura unidade do SESC na rua 24 de maio (prédio da antiga Mesbla), ao lado da famosa Galeria do Rock, o Primeiro Encontro de *Air Guitar* no Brasil – evento que acontece em diversos países.

Air Guitar é baseado em performances individuais em que os participantes, com uma guitarra imaginária – igual os solos que você ousava dublar em seu quarto de adolescente – vestem-se à caráter, dão saltos e fazem caretas simulando solos de guitarra de suas bandas preferidas, em performances que fariam inveja a seus ídolos. Fora do Brasil, em países como a Inglaterra, Nova Zelândia, Austrália e Estados Unidos o *Air Guitar* é cultuadíssimo, e acompanhado por um grande público, dispondo inclusive de campos de treinamento onde os candidatos podem aprimorar sua técnica.

⁸⁶ Em *Star Trek*, os habitantes do planeta Vulcano – cujo mais conhecido representante seria o Oficial de Ciência Spock – possuíam orelhas ponteagudas, entre outros traços distintivos.

Criado em 1995, o *Air Guitar* foi realizado pela primeira vez no *Lift Club*, em Brighton, Inglaterra, um bar em que alguns jovens acharam que seria interessante ver quem fazia o melhor solo de “guitarra no ar”. De lá para cá, os festivais têm se tornado cada vez maiores a cada ano.

Nesta realização, em que o SESC conta com o apoio dos realizadores oficiais do *Air Guitar* em outros países, o evento é uma mostra não-competitiva.⁹³ Além dos participantes que “tocarão” seus solos preferidos, o evento encerra-se diariamente com um pequeno *show* de um grande – e real – guitarrista. No dia 4 participa o guitarrista Rafael Bittencourt, da banda Angra. No dia 5 o guitarrista Luís Carlini apresenta-se com seu trio. Eduardo Ardanuy, da banda Dr. Sin, fecha a mostra de *Air Guitar*. O evento contará com a apresentação do músico e VJ Thunderbird, que promete realizar também uma animada performance de *Air Guitar*.⁹⁴

Casos como esses, em que a entrada no mundo idealmente perfeito do tema cultuado se manifesta por meio de um comportamento vicário, podem ser considerados, menos que um sinal de excentricidade, desenvolvimento de um princípio geral que parece nortear as práticas de muitos colecionadores e fãs. A observação de um fã de seriados a respeito de serem esses antigos episódios “o melhor lugar para ir quando as coisas vão mal”, “para esquecer tudo e se sentir melhor”, parece confirmar esse ponto de vista. Por questões de oportunidade e conveniência, *cowboys*, *trekkers* e praticantes de “*air guitar*” se transformam e se transferem parcialmente para mundos nos quais, de forma semelhante, também desejariam viver outros aficionados: trabalhar na linha de montagem de alguns veículos, dirigir um ônibus, ser contratado como *designer* de forte apaches, etc. É possível suspeitar que, paradoxalmente, esse desejo de viver num mundo totalmente diverso daquele ordinariamente vivido pelo aficionado é tão mais satisfatório quanto

⁹³ Apesar de não competitiva, uma reportagem a respeito do evento indicaria mais tarde um dos destaques: “*Jimmy Hendrix, Pete Townshend, Jimmy Page, Angus Young. Além de bons músicos, esses guitarristas fizeram sucesso pelo modo de tocar. Um espetáculo à parte. Fã desses astros do rock, o vendedor de discos Ivonildo nunca aprendeu a tocar guitarra. No entanto, quando o instrumento é imaginário... (...) ‘Eu nunca tinha ouvido falar disso, cara, me disseram que tem até um campeão mundial’, diz Tomati, guitarrista do Sexteto do Jô. ‘Não existe a parte lógica de realmente tocar certo. É só o carisma do cara contagiar a galera sem mesmo ter uma guitarra na mão’, afirma Rafael Bittencourt, guitarrista do grupo Angra. E quem arrebatou e contagiou o público foi o vendedor Ivonildo. Depois de 25 anos dedilhando cordas imaginárias no anonimato, recebeu aplausos de verdade*”. Disponível em: <<http://www.jornalhoje.globo.com/>>. Acesso em 14 nov. 2002.

⁹⁴ **Guitarra no ar no SESC 24 de maio.** Disponível em: <<http://www.sescsp.org.br/sesc/revistas>>. Acesso em: 31 mar. 2005.

maiores são os conhecimentos do mesmo em relação ao tema. Não, por certo, um saber técnico e profissional a respeito desses temas, mas sim um conhecimento profundo, capaz de imprimir aos mesmos um sentido incomum e particular. Em outros termos, menos num sentido de “teoricamente” esgotar as possibilidades do tema que, inversamente, lhe ampliar seu significado e suas dimensões.

Ao apontar como traço característico de todo colecionador a atitude de “estar sempre em luta contra a impossibilidade da tarefa”,⁹⁵ Philipp Blom termina indicando o caráter romântico, também por ele percebido, presente em qualquer projeto de coleção. Se a atenção concentrada sobre determinado tema exige o uso de uma racionalidade bastante objetiva – esquecendo todo o resto, aproximando de forma obsessiva meios e fins, etc –, por outro, dada a “impossibilidade de realização da tarefa”, relacionada à dificuldade de adquirir e preservar objetos “colecionáveis” – autenticidade, raridade, estado de conservação, etc – o campo das coleções se sustentará em função da passionalidade dos próprios aficionados. Apenas assim, acreditando que um jipe não é apenas um carro, que um forte apache não é apenas um brinquedo, etc, haveria possibilidade de fazer destes e de tantos outros mais objetos e temas o centro de gravidade da vida de tantos colecionadores e fãs. Lidando com objetos retirados da circulação econômica e revestidos de valor simbólico, a prática de um aficionado se reveste de uma lógica contrária à do mercado, da ciência, ou da arte (ainda que possa se utilizar de todos eles para efeito de construir a singularidade do objeto ou personalidade em questão): partindo desses campos, a principal justificativa – que apenas impropriamente poderia ser chamada de interesse – do ato de colecionar parece se resumir ao esforço de superar a contingência de um esforço, fim último da própria coleção. Não por acaso, e ainda segundo Philip Blom, “o objeto mais precioso de uma coleção vem a ser o objeto seguinte”.⁹⁶

Pesquisar um universo composto por especialistas obriga o pesquisador a adquirir, entre outras coisas, certo grau de especialização em áreas bastante distintas. O conhecimento que cada aficionado possui em relação ao seu tema pressupõe um diálogo qualificado com outra parte. De modo diverso

⁹⁵ BLOM, Philipp. **Ter e manter**. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 196.

⁹⁶ BLOM, **op. cit.**, pp. 181 e 182.

daquilo que ocorre em outros campos (no meio acadêmico, nas artes, na administração pública, etc) os extensos conhecimentos acumulados por cada fã ou colecionador são normalmente trocados à margem de qualquer instituição específica (os aficionados por ônibus não mantêm qualquer vínculo com nenhum orgão público específico; colecionadores de automóveis com as respectivas montadoras, etc). Freqüentemente esse conhecimento é trocado entre aficionados que se conheceram através de publicações específicas ou, mais recentemente, por meio da *internet*. Aparentemente boa parte do vigor desses grupos se encontra relacionado precisamente ao caráter espontâneo, voluntário e não-institucional de suas práticas. Por conta dessas características e da própria sociabilidade que se estabelece entre o conjunto de seus integrantes é, por assim dizer, natural que o entusiasmo e a dedicação do aficionado pelo tema ou objeto em questão cresçam e se mantenham sempre vivos. Em sentido inverso, raramente uma instituição fornece estímulos suficientes a um de seus especialistas (um bibliotecário, um motorista profissional, um operador de áudio, etc) a ponto do mesmo se transformar num aficionado.

Dentro deste contexto, o contato entre pesquisador e cada um dos entrevistados encontrava-se condicionado ao domínio, por ambas as partes, de um estoque comum de conhecimento. Extremamente variado, o universo dos colecionadores e aficionados em geral parece provar que tudo no mundo pode vir a ser objeto de devoção. Diante dessas proporções, uma ou duas perguntas bastante evidentes: porque exatamente isso e não qualquer elemento de todo o resto? O que faz disso algo tão especial? Num sentido metafísico, tal pergunta possuía talvez uma única resposta: de a especialidade do objeto se relacionar à forma como o entrevistado imaginou ser capaz de superar as contingências de sua própria vida. Em termos menos imprecisos e de acordo com uma racionalidade completamente evidente para qualquer aficionado, o fato de que nada havia de mais interessante que aquele objeto ou tema. Principalmente pelo evidente motivo de que aquele objeto, idéia ou tema possuía algo de absolutamente notável e extraordinário. Ainda que a compreensão profunda desta verdade só possa ser verdadeiramente compartilhada com outro iniciado ou, em termos relativos, com alguém – um pesquisador, por exemplo – que, mesmo sendo

um descrente, demonstra *compreender* o sentido da doutrina e de seus rituais.

Assim, um fã do seriado “Jornada nas Estrelas” admitirá que seu interesse pela série se relaciona nostalgicamente com o tempo em que costumava assistir aos episódios, assim como também será capaz de demonstrar, por meio de uma argumentação técnica e racionalizada, os incontáveis detalhes e antecipações científicas aí presentes. Um colecionador de forte apaches dirá algo semelhante em relação ao início de seu interesse; e, da mesma forma, descreverá os muitos detalhes envolvidos na fabricação desses brinquedos: os primeiros modelos, as empresas que os fabricavam, aquelas que ainda os fabricam, o público que ainda os compram, etc. Entre os aficionados por ônibus, aspectos técnicos relacionados aos veículos apresentam-se centrais: três ou quatro eixos, carroceria em alumínio ou aço, trechos servidos pela empresa, etc. Coleções muito particulares, como as casinhas de porcelana oferecidas em vôos intercontinentais da companhia holandesa KLM, podem ilustrar esses casos de “justificação técnica”:

Ainda hoje um mimo reservado aos passageiros da *World Business Class* – fusão das classes primeira e executiva – as miniaturas não ficam à venda dentro do avião. A graça de possuí-las está em fazer um vôo intercontinental, pré-requisito para ter o direito de escolha depois do café da manhã. Escolha essa, diga-se de passagem, nada fácil. Todas são feitas com a porcelana de Delft, adorável cidadezinha holandesa que fez fama pelo mundo com o capricho de seus artesãos. Mas cada uma guarda um significado diferente. A de número 47 (todas são numeradas), por exemplo, reproduz o esconderijo da família Frank durante a ocupação nazista, num episódio que daria origem ao diário de Anne, traduzido em mais de 50 idiomas. O fascínio dessas lembrancinhas reside justamente no passeio pela história que é possível fazer através delas. No prazer de ter na palma da mão a casa e o ateliê do pintor Rembrant, em Amsterdã, e imaginar o dia-a-dia da dançarina tida como espiã Mata-Hari, perscrutando as ruas de Haia através de enormes janelas.⁹⁷

Da mesma forma que “o fascínio dessas lembrancinhas” não parece residir apenas “no passeio pela história que é possível fazer através delas”,⁹⁸

⁹⁷ BOCCIA, Sandra. **Liliput**. **Estampa**, São Paulo, nº 12, pp. 50 e 51, out. 2002.

⁹⁸ Mesmo porque, nesse caso em particular, haveriam alternativas muito menos dispendiosas e complicadas de se realizar passeios virtuais pela história.

também todas as outras justificações do porquê da escolha desse objeto e não qualquer outro terminam sendo sempre uma explicação incompleta a respeito dos motivos pelos quais se torna necessária a aquisição de mais e mais ítems relacionados a um mesmo assunto. Algo semelhante parece ocorrer no campo do consumo convencional, no qual, ainda que muitas vezes os apelos da publicidade chamem a atenção para características científicas e técnicas dos produtos – “agora com mais vitaminas”, “freios ABS”, “efeito *surround*”, etc – estes terminam sendo freqüentemente adquiridos por motivos estéticos e emocionais. Em relação ao consumo monotemático de colecionadores e fãs, poucos entrevistados mencionaram de forma clara a predominância desta dimensão subjetiva na construção “técnica” de suas escolhas, ainda que alguns tenham chegado a admitir, mais rapidamente que outros, a centralidade de fatores emocionais como motivação das mesmas. Assim, ainda que um fã de seriados americanos dos anos 60 e 70 descreva esses episódios em termos de sua qualidade técnica ou seu caráter inovador, concluirá que a melhor característica dos mesmos vem a ser a possibilidade que lhe oferecem de, em momentos em que as coisas não estão bem, uma possibilidade de fuga, de “desligar o mundo” revendo alguns episódios. Ou ainda o fã de filmes de faroeste, capaz de descrever com enorme riqueza de detalhes filmes e participação dos atores do gênero, comparando a superioridade da produção dos filmes do período (décadas de 40 e 50) com criações recentes, concluindo, porém, que os motivos fundamentais de sua escolha se relacionam ao tempo em que assistia a esses filmes e ao modo como todos eles terminaram sendo a ilustração desse período de sua vida.

O papel do pesquisador nesse contexto encontra-se posicionado entre dois limites, igualmente indesejáveis: por um lado, não ser simplesmente um estranho, observando e descrevendo o universo pesquisado sob o ponto de vista de um não aficionado. Por outro, não incorporar a condição do outro; perdendo, desta forma, o caráter relacional e relativo do objeto. Do ponto de vista do trabalho etnográfico, os mundos habitados por colecionadores e fãs possuem características que os tornam muito particulares. Constituem-se em espaços que operam num sentido diverso da lógica capitalista, retirando da circulação econômica objetos que passarão a ter um valor de uso peculiar e específico. Ainda que o dinheiro e algum eventual lucro cumpram aí

sentidos determinados, estão longe de possuírem um sentido fundamental. Algo, aliás, muito semelhante àquilo que Clifford Geertz observa a respeito dos aficionados por brigas de galos em Bali:

Isso não significa, é preciso afirmar uma vez mais, que o dinheiro não conta ou que o balinês não está mais preocupado em perder quinhentos *ringgits* do que quinze. Seria absurda tal conclusão. É justamente porque o dinheiro *importa*, nessa sociedade altamente imaterial, e importa muito, que quanto maior o risco, maior a quantidade de outras coisas que se arriscam, tais como orgulho, pose, uma falta de paixão, masculinidade e, embora o risco seja momentâneo, ele é público, ao mesmo tempo. Nas brigas de galos absorventes, um proprietário e seus colaboradores e, numa extensão menor, porém real, como veremos, seus apostadores por fora, colocam seu dinheiro onde está seu *status*.⁹⁹

Em contraposição, tais objetos se constituem, para cada um dos aficionados, naquilo que há de mais importante no mundo; ou, no mínimo, naquilo que lhes parece mais relevante e merecedor de seus maiores esforços. Tais características, terminam imprimindo um alto grau de passionalidade às práticas de colecionadores e fãs. Em outras palavras, produzindo uma racionalidade muitíssimo diversa daquela presente nas respectivas “versões de mercado” dos mesmos objetos e temas: donos de sebos, lojas de discos, revendas de automóveis, lojas de brinquedos, etc. Terminam também fornecendo os contornos metodológicos utilizados em sua abordagem, à medida em que a percepção da pesquisa deveria estar mais atenta à característica sensibilidade que envolve essas práticas que a um esforço de lhes extrair um sentido convencional. Algo próximo daquilo que Clifford Geertz percebeu:

Situar-nos, um negócio enervante que só é bem-sucedido parcialmente, eis no que consiste a pesquisa etnográfica como experiência pessoal. Tentar formular a base na qual se imagina, sempre excessivamente, estar-se situado, eis no que consiste o texto antropológico como empreendimento científico. Não estamos procurando, pelo menos eu não estou, tornar-nos nativos ou copiá-los. Somente os românticos ou os espiões poderiam achar isso bom. O que procuramos, no sentido mais amplo do termo, que compreende

⁹⁹ GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1989. p. 301.

muito mais do que simplesmente falar, é conversar com eles, o que é muito mais difícil, e não apenas com estranhos, do que se reconhece habitualmente. (...)¹⁰⁰

Efetivamente o processo de entrevistas sempre pressupôs, por parte do pesquisador, a aquisição de um conhecimento suficientemente específico de cada um dos temas. É caso de observar que, até mesmo por conta da perspectiva utilizada, tais tarefas estiveram sempre muito longe de poderem ser consideradas árduas. Ou seja, o estudo prévio do tema de cada entrevista era sempre feito de um ponto de vista (que também era o do aficionado) que tomasse o objeto ou personalidade em questão como algo excepcionalmente interessante, fascinantemente complexo, incomumente belo, etc. Melhor dizendo, utilizando a perspectiva de descobrir o porquê daquele tema vir a ser objeto de uma coleção ou de organização de um fã-clube. Nesse sentido, descobrir tais motivações implicava freqüentemente percebê-las como sendo, de fato e sob esse ponto de vista, coisas realmente muito interessantes.

Nesses termos e paradoxalmente, a dificuldade maior não foi a de encontrar sentido na organização de uma coleção em torno de determinado objeto (ou de um fã-clube em torno de determinado ídolo) mas sim o oposto disso, de como não ver tudo aquilo como coisas que, por suas características, obrigatoriamente *deveriam* ser colecionadas. Não por acaso, um dos traços aparentemente mais sedutores ligados à devoção a determinado objeto ou personalidade diz respeito à capacidade deste hábito ser capaz de, por assim dizer, preencher todos os espaços de uma vida. De permitir, conforme a observação de Balzac,¹⁰¹ que se encontre aí “a taça do prazer”. Aparentemente as diversas práticas de colecionismo são organizadas de modo a construir um mundo dentro do qual todos os desejos dos participantes são canalizados para um único ponto; e nesse sentido, passíveis de serem satisfeitos ou controlados por uma espécie de certeza de que um dia encontrarão a última peça que falta.

A gênese das inclinações por um único tema parecem ter sua origem num tempo primordial, freqüentemente situado na infância de cada colecionador

¹⁰⁰ GEERTZ, **op. cit.**, pp. 23 e 24.

¹⁰¹ BALZAC, Honoré de. O primo Pons. In: **A comédia humana – volume X**. Rio de Janeiro: Globo, 1990. p. 428.

ou fã. As explicações desse momento referem-se à fazenda dos avós, aos passeios com a mãe nos veículos que mais tarde despertariam seu maior interesse, ao primeiro modelo do brinquedo que um dia viria a ser colecionado, etc. Não por acaso, todos esses “tempos primordiais”, nos quais se deu a *descoberta* do objeto, apresenta-se como o “melhor tempo”, como período marcado, no mínimo, pela descoberta do gosto pelo próprio objeto. Portanto, como período que se busca presentificar por meio daquilo que melhor o simboliza, que esteja mais próximo talvez de assegurar um contínuo retorno ao passado. Trajetória semelhante parece ser bastante comum, por exemplo, entre os aficionados por séries de ficção científica. No caso do produtor gráfico Ricardo Matsukawa, o interesse por um tema específico encontra-se ligado à sua infância. Especificamente, ao tempo em que assistia aos episódios do insólito seriado japonês Ultraman,¹⁰² exibidos no Brasil entre os anos de 1966 e 1987. Seu interesse pelo super-herói japonês o levou a fundar, em 1995, o Ultra World, fã-clube que contabilizava, em 1998, mais de 80 aficionados pela série, espalhados por sete estados brasileiros.¹⁰³

Ainda em relação à gênese de todas as práticas de aficionismo, seu desenvolvimento parece relacionado a determinado grau de especialização, a partir do qual forma-se um conjunto de conhecimento que *faz sentido*; que irá se distinguir de tantos outros que passarão, assim, a só possuir um valor secundário. O que obriga o pesquisador, cujo propósito não possui a mesma inclinação, a se colocar numa disposição de compreender o tema do colecionador ou fã como algo que poderia fazer sentido. Mais que simples empatia, um inevitável entendimento, antropológico é verdade, da razão pela qual aquele tema ou objeto poderia, dentro de circunstâncias determinadas, vir a se sobrepor a tantas outras coisas na vida de um aficionado. Em certo sentido, compreender que, rigorosamente, todo aficionado dispõe de meios suficientes para provar a excelência do objeto colecionado.

¹⁰² Eiji Tsuburaya criou o super-herói Ultraman em 1966. Antes disso, era o responsável pelos efeitos especiais do monstro Godzilla. Os insólitos episódios da série se baseavam na constante luta dos membros da Patrulha Científica (uma agência de investigação científica empenhada na proteção da raça humana) e do próprio Ultraman (que não era senão a versão “ultra” de um dos membros da Patrulha Científica) contra os mais estranhos e implausíveis monstros “alienígenas”.

O característico hermetismo que normalmente irá marcar os mais variados espaços de colecionismo, faz da questão um não problema: o fato do mundo da coleção ser suficientemente harmônico e satisfatório ao indivíduo ou ao grupo extrai a validade de toda dúvida a respeito de ser ou não um “espaço de fuga”. Por assim dizer, um dos pré-requisitos de um mundo satisfatório em si mesmo é justamente não produzir muita dúvida a respeito de sua própria validade. Parece sintomático, a esse respeito, que muitos grupos sequer sintam necessidade de se auto-definirem ou estabelecerem qualquer tipo de norma ou regulamento de conduta:¹⁰⁴ os limites dentro dos quais se desenvolvem suas ações são simplesmente considerados suficientes.

Nesses termos, colecionadores e fãs possuem como característica peculiar o fato não se preocuparem muito com a “natureza última” de suas inclinações. A questão desse gosto poder ser explicado a um pesquisador não se constitui em um procedimento ordinário: a explicação do porquê dos membros do clube se interessarem por ônibus não demanda, sob o ponto de vista de seus integrantes, nenhuma resposta. O que não significa dizer que não existam perguntas, comportamentos, atitudes classificados como pertinentes ou não. A própria construção e execução das entrevistas mostrou isso de forma muito clara, inclusive naquilo que dizia respeito ao modo como o próprio pesquisador seria inserido no campo. A entrevista com um fã de filmes de faroeste pode se tornar muito mais esclarecedora no caso do pesquisador ser visto como alguém que entende ou reconhece os principais símbolos do universo do *western*. Ou ainda, se entre aficionados por ônibus, for avaliado como alguém que, além de pesquisador, também se interessa por transporte rodoviário de passageiros.

Em diferentes níveis e por diversos motivos, todo colecionador ou fã mantém contato com outros aficionados. O fato de se interessar e dominar um tema específico – gênero cinematográfico, seriado de televisão, modelo de veículo, determinado tipo de brinquedo, etc – faz com que um grupo de aficionados por determinado assunto se comporte como comunidade de iniciados, ou, de

¹⁰³ RENTSCHLER, Mônica. Ultraman, o herói do Japão. **Made in Japan**, São Paulo, nº 13, p. 39, 1998.

¹⁰⁴ Caso dos aficionados por quadrinhos, por exemplo. O caráter tácito e “invisível” das regras consideradas válidas pelo grupo termina possuindo, contudo, efeito

forma menos evidente, como grupo que se distingue dos demais por conta do domínio de um conhecimento que, não divulgado entre os não aficionados, só poderá ser adequadamente transmitido e desfrutado entre seus membros. Em termos pragmáticos, aproximar-se de outros colecionadores ou fãs se constitui, para qualquer aficionado, em um dos mais fáceis meios de acesso a outros ítems de seu interesse, por força da troca de informações ou mesmo da compra, venda e troca de material que ocorre entre os mesmos.

Os contatos que se estabelecem entre colecionadores e fãs encontra-se condicionado, naturalmente, à natureza do objeto ou tema em questão. Em alguns casos, como entre aficionados por séries de ficção científica, o grupo poderá se reunir em grandes convenções, muito bem organizadas e estruturadas em níveis profissionais:

No caso da Frota Estelar, chama a atenção o esquema de organização dos eventos, extremamente profissional, que inclui desde o aluguel de um grande espaço (o Auditório Elis Regina e, em ocasiões especiais, o Palácio das Convenções, ambos no Anhembi), até divulgação por mala direta, telefone, venda antecipada de ingressos, etc. A animação das convenções segue um estilo “programa de auditório”, com grande participação da platéia, composta predominantemente por adultos na faixa dos 25/35 anos, adolescentes e pessoas um pouco mais velhas (em menor número).¹⁰⁵

É provável que a organização desses encontros esteja relacionada à temática do próprio seriado, que, girando em torno de viagens interplanetárias, projeções nas áreas de ciência, tecnologia, etc, terminaria influenciando o modo como os próprios *trekkers* entendem esses encontros. Em oposição a isso, o mesmo autor observa o caráter pessoal e nostálgico presente nos encontros de outro grupo, o Clube dos Amigos do *Western*:

O esquema de organização das reuniões é mais modesto que o do outro fã-clube, mesmo porque o número de sócios é bem menor: são cerca de 50 que pagam regularmente a mensalidade de R\$20,00 e outro tanto que contribui e comparece mais esporadicamente aos eventos. O “caixa” mensal, além de pagar o aluguel,

muito semelhante àqueles encontrados em outros grupos (*trekkers*, colecionadores de facas, etc).

¹⁰⁵ ALMEIDA, Marco Antônio. **Trekkers e cowboys: algumas considerações sobre a recepção e o consumo audiovisual dos gêneros ficcionais**. Recife: INTERCOM, 1998 (texto digitado). p. 04.

é depositado numa poupança, visando a implementação de melhorias para a atual sede. Entre os planos mais imediatos dos sócios do Clube está a compra de um videocassete adaptado para telão. Com o dinheiro também são comprados “brindes” bem populares (variando de livros e filmes a sabonetes e latas de sardinha), que são sorteados entre os sócios. Os sócios trazem refrigerantes, café e petiscos, que são servidos nos intervalos dos filmes, dando um ar de matinê familiar às reuniões.¹⁰⁶

Outros encontros, como os promovidos pelo Omnibus do Brasil, seguem um padrão semelhante de organização, no qual a natureza do tema fornece o “espírito” das reuniões. Não propriamente no sentido de seus participantes comparecerem vestidos de motoristas e mecânicos (por ocasião das convenções organizadas pela Frota Estelar Brasil, muitos dos participantes se fantasiam como personagens da série) mas, principalmente, em função da linguagem utilizada, natureza dos vínculos estabelecidos entre os participantes, forma como são escolhidos os membros da diretoria, etc, desenvolvendo assim uma sociabilidade própria.

Comum a todos os casos, o fato de possuir pouca relevância a condição social ou econômica de cada aficionado. Ou melhor dizendo, o maior ou menor prestígio adquirido por cada membro encontra-se relacionado ao conhecimento que o mesmo possui a respeito do tema em torno do qual o grupo se organiza. Por mais rico ou bem sucedido, que o aficionado possa ser em outras áreas, tanto o grupo quanto ele próprio não parecem atribuir a isso grande importância. Não que isso não importe: possuir um bom emprego, melhor formação, maior patrimônio, etc, possui importância na medida em que isso signifique algo em relação ao objeto colecionado; na medida que *faz sentido* aos objetivos do grupo. Caso seja considerado o fato de que tais grupos são organizados em função do recorte ideal que promovem entre o mundo perfeito de seus objetos e um mundo exterior conflituoso e problemático, em nada soará estranho o fato de, entre fãs e colecionadores, ser realmente considerado importante apenas aquilo que diz respeito ao tema. Ou, o que seria dizer o mesmo, não fazer sentido tentar aproximar o tema eleito a outros espaços de interesse. Desse modo é possível entender que, do ponto de vista de um colecionador de seriados, nenhuma importância possui ou lhe desperta qualquer interesse o fato de alguém que

¹⁰⁶ALMEIDA, **op. cit.** p. 06.

coleciona LPs morar no mesmo prédio que o seu. Alguém que coleciona LPs é entendido menos como alguém que também coleciona alguma coisa do que como alguém que *não* coleciona seriados de televisão. Mesmo que, na perspectiva do pesquisador possa haver muito de comum entre os dois colecionadores, o ponto de vista de ambos vai pouco além da indiferença.

Uma das características mais evidentes relacionadas a colecionadores e fãs refere-se à notória ausência de dúvida que os mesmos reservam ao sentido de suas práticas. Nestes termos, não faria qualquer sentido perguntar a um aficionado por automóveis o porquê de haver se decidido a colecionar automóveis e não motocicletas. Ou, menos ainda, canivetes, livros raros, etc. Tal convicção não se encontra baseada numa comparação que permitiu ao aficionado concluir que colecionar aquele objeto vem a ser algo muito mais apropriado que colecionar outro qualquer. Antes disso, tal postura possui um caráter quase revelatório, relacionado ao momento em que o mesmo percebeu aquele tema ou objeto como algo que *faz sentido*. Em todos os casos há, naturalmente, um reconhecimento de não ser essa a mesma opinião de outras pessoas; ou mesmo do próprio colecionador, no sentido de reconhecer a possibilidade de outros aficionados colecionarem outras coisas. Permanece, contudo, a percepção daquele tema como algo distinto, como coisa dotada de natureza incomum a que se teve acesso, que, num sentido quase que metafísico, tornou-se *compreensível*.

Por diversos meios, o contato com outros aficionados cumpre função de reforçar essa convicção, tanto em termos de aproximar o grupo daqueles que *creem*, quanto no sentido de, assim, serem produzidas explicações que possam compor uma espécie de cosmologia própria. O caso da Frota Estelar Brasil é, neste sentido, bastante ilustrativo. Talvez mesmo pelo alto grau de organização a que o grupo chegou, tanto as explicações fundadoras do gosto quanto as discussões internas criadas a partir do seriado, ou mesmo o desenvolvimento de situações que extrapolam a série são muito comuns entre os *trekkers*. São, assim, ressaltadas as inúmeras antecipações científicas e tecnológicas¹⁰⁷ presentes no seriado, o fato do mesmo ter sido produzido antes mesmo da primeira viagem espacial à lua, inúmeros

detalhes e relações internas dos episódios que passaram desapercebidos do grande público e que se constituem em uma espécie de provas da excepcionalidade do seriado. Entre os participantes do *Omnibus* do Brasil a atenção encontra-se voltada para os grandes avanços tecnológicos presentes no setor, nas características incomuns presentes em determinada empresa ou mesmo, mas ainda assim como centro de grande interesse, listas sempre atualizadas de quais modelos encontravam-se ou já haviam saído de circulação no sistema de transporte urbano da cidade de Curitiba. Colecionadores individuais poderão indicar o fato de um forte apache ainda ser produzido até hoje, da própria indústria que o produz ter noção de ser o público adulto seu consumidor majoritário, detalhes relativos à numeração utilizada em cada série, etc. Ou ainda um fã do grupo canadense *Rush* destacará o incomum e absolutamente excepcional talento dos três músicos, a longevidade do grupo,¹⁰⁸ sua contínua transformação musical, etc.

Em todos os casos, independendo da maior ou menor sofisticação e complexidade envolvida no tema – canivetes ou documentos financeiros antigos – há sempre presente um esforço pela construção de uma explicação relativa aos sentidos de excepcionalidade do objeto colecionado, das diversas formas como pode ser apreciado ou equivocadamente entendido por aqueles que ainda não lhe perceberam o mesmo sentido incomum e transcendental. Nesse sentido, seria desnecessário observar o caráter construído de todo objeto colecionado, o esforço feito por seus aficionados em transformá-lo em algo que, por força de sua condição incomum, encontra-se distante dos não iniciados.

Produz-se desse modo um esforço que busca demarcar o espaço dentro do qual são produzidas, organizadas e definidas diversas interpretações a respeito do objeto ou tema em questão. Ao serem construídos os critérios

¹⁰⁷ Segundo informações de alguns fãs da série, o desenho dos atuais telefones celulares teria se baseado nos comunicadores utilizados pela tripulação da nave *Enterprise*.

¹⁰⁸ O grupo *Rush*, possui uma das mais longas carreiras da história do *rock*, tendo sido criado em 1968 pelos músicos Geddy Lee e Alex Lifeson (o terceiro integrante, Neil Peart, só entraria mais tarde, em 1974), mantendo-se ainda hoje em atividade e sob a mesma formação. Muito respeitado (inclusive pelos que não são seus fãs) pelo fato de seus integrantes serem excelentes músicos, terminou construindo fama de grupo muito apreciado por músicos, menos que por aqueles que *apenas gostam* de música.

que serão considerados válidos pelo grupo, estabelece-se também uma separação entre aqueles que dominam essas definições e um público externo. Do ponto de vista de aficionados por ônibus, fatores considerados pelos usuários dos serviços de transporte urbano como muito importantes – tempo de viagem, preço das passagens, limpeza dos veículos, etc – são pelos primeiros percebidos como secundários ou praticamente irrelevantes. Em seu lugar, e muito distante da compreensão do público leigo, importa saber que inovações técnicas e estéticas trazem os últimos modelos de ônibus lançados pela indústria do setor, que modelos sairão de linha ou deixarão de ser fabricados, etc. Para um colecionador de automóveis, pouca importância possui o fato de seus modelos preferidos consumirem quantidade excessiva de combustível, serem difíceis de estacionar ou apresentarem custos de manutenção elevados. Importa fundamentalmente, de seu ponto de vista, certificar-se a respeito da originalidade de todos os componentes e de seu perfeito funcionamento, da maior raridade possível de cada um deles, etc. A distinção entre essas duas perspectivas – a do colecionador e a do não colecionador – é assim observada por Walter Benjamin, citando um comentário do escritor francês Anatole France:

Os meus leitores acharão esquisita essa opinião sobre o escritor, mas tudo o que se diz do ponto de vista de um colecionador autêntico é esquisito. Dos modos costumeiros de adquirir livros, o mais conveniente seria tomar emprestado sem a subsequente devolução. O sujeito que se destaca pela quantidade de livros que tomou emprestados – que é a quem visamos aqui – mostra-se como um inveterado colecionador de livros não tanto pelo fervor com que guarda o seu tesouro emprestado nem pelos ouvidos moucos que faz a qualquer advertência proveniente do mundo cotidiano da legalidade, mas pelo fato de que não lê os livros. Se quiserem acreditar na minha experiência, saibam que freqüentemente me devolviam, em tempo oportuno, um livro emprestado sem que o tivessem lido. Seria – vocês hão de perguntar – uma característica do colecionador não ler livros? Dir-se-ia que é a maior das novidades. Mas não, pois especialistas podem confirmar que é a coisa mais velha do mundo, e menciono aqui a resposta que Anatole France tinha na ponta da língua para dar ao filisteu que, após ter admirado sua biblioteca, terminou com a pergunta obrigatória: – E o senhor leu tudo isso, Monsieur France? – Nem sequer a décima

parte. Ou, por acaso, o senhor usa diariamente sua porcelana de Sèvres?¹⁰⁹

O caráter insólito das práticas de todo colecionador possui origem, sob a perspectiva do público em geral, não apenas no fato de soar estranho o obsessivo interesse de alguém por um único tema, mas também por esse gosto não se manifestar através de formas convencionalmente esperadas. Importa muito pouco a um colecionador de selos ter sempre a mão um ou outro exemplar de sua coleção para efeito de selar sua correspondência. Tanto quanto, no caso de um colecionador de forte apaches passar a maior parte de seu tempo simulando uma guerra entre soldados e índios. Do ponto de vista dos não colecionadores simplesmente não parece fazer sentido concentrar tanto tempo, atenção, dinheiro, etc, sobre objetos e temas já previamente definidos como descartáveis, efêmeros ou, simplesmente, incompreensíveis:

Diz-se que o Xá da Pérsia, durante uma visita à Inglaterra, recusou-se a assistir a uma corrida de cavalos, alegando saber muito bem que alguns cavalos correm mais depressa do que outros. De seu ponto de vista tinha toda a razão: recusava-se a tomar parte numa esfera lúdica que lhe era estranha, preferindo ficar de lado. O resultado de um jogo ou de uma competição – excetuando-se, evidentemente, os que implicam um lucro pecuniário – só tem interesse para aqueles que dele participam como jogadores ou como espectadores, quer pessoalmente e no local, quer como ouvintes pelo rádio ou espectadores pela televisão, etc, e aceitam suas regras. Tornam-se parceiros do jogo e querem sê-lo. Para eles não é insignificante nem indiferente que o vencedor seja Garboso ou Destampido.¹¹⁰

De forma semelhante a muitos jogos, os espaços dentro dos quais se desenvolvem as ações de fãs e colecionadores possuem regras que podem só fazer sentido entre seus iniciados. Mesmo que alguns princípios gerais possam se mostrar muito evidentes – primado da raridade, busca do objeto que nunca foi usado, etc – outros só podem ser percebidos indiretamente. Aquilo que, fora de um círculo de colecionadores, pode se mostrar fundamental – condição social, posicionamento político, filiação religiosa, etc – normalmente possui importância secundária entre um grupo de

¹⁰⁹ BENJAMIN, Walter. **Obras escolhidas – volume II**. São Paulo: Brasiliense, 1993. pp. 229 e 230.

aficionados. Ainda que normalmente inexistam regras formais a respeito, para boa parte do conjunto de coisas tratadas pelo grupo há um “modo certo” de fazer, dizer, avaliar, demonstrar interesse ou desinteresse, etc, implícitos e tacitamente compartilhado por todos os membros. O fato de estarem conversando com um pesquisador não significa que estarão compartilhando com o mesmo o conjunto destas regras. Normalmente, e não mais que isso, significará apenas que o aceitaram como um não colecionador que se interessa por coleções. Avaliações a respeito de objetos significativos (peças raras, textos específicos, fotografias, etc) ou discussões nas quais as partes envolvidas avaliam mutuamente seu conhecimento em relação ao objeto colecionado costumam se desenvolver em meio a sutilezas que quase só poderão ser percebidas pelos próprios aficionados.

Assim, boa parte das discussões empreendidas entre os mais diversos grupos de aficionados tomam como conhecimento básico aquilo que, para um não iniciado, se apresentará como claramente incompreensível. A simples menção de algumas dessas informações básicas pode, eventualmente, lançar dúvidas a respeito do currículo e competência do suposto aficionado. Entre os aficionados por HQ,¹¹¹ por exemplo, seria impróprio, ainda que possível, estabelecer uma discussão semiótica a respeito de determinada série. Ou ainda em relação ao valor literário dos diálogos presentes nas histórias. Ainda que tais empreendimentos sejam perfeitamente exequíveis entre outros grupos de aficionados – teóricos peircianos, críticos literários, etc – dificilmente encontrariam espaço entre fãs de revistas em quadrinhos. Como tantos outros grupos, o gosto dos aficionados por HQ se direciona a aspectos construídos e eleitos pelo grupo como aspectos legitimamente válidos. Tal distinção entre temas relevantes e não relevantes não costuma, assim, seguir critérios muito lógicos de escolha. Entre os aficionados por ônibus, por exemplo, mesmo havendo grande interesse em relação ao lançamento de novos modelos de carroceria ou a quais veículos que se encontram ou não circulando dentro de determinada

¹¹⁰ HUIZINGA, Johan. **Homo ludens**. São Paulo: Perspectiva, 1980. p. 57.

¹¹¹ Não há, em relação a esse tipo HQ, nenhuma linha definidora clara, capaz de separá-lo de outros gêneros de HQ (quadrinhos infantis, por exemplo). Suas características mais evidentes seriam, contudo, a de serem HQ voltadas para um público adulto (ainda que não necessariamente), possuírem um padrão artístico e literário freqüentemente sofisticado, terem como temas recorrentes mistério,

área, questões relativas à lucratividade das empresas ou aspectos sindicais não parecem despertar qualquer entusiasmo entre os participantes.

Por força de tais distinções, o caminho a ser percorrido por um neófito pode ser bastante sinuoso. Se, por um lado e freqüentemente, um fã-clube ou grupo de colecionadores tem como um de seus principais objetivos a divulgação de determinado tema ou personalidade entre os “não crentes”, por outro, a participação dos “recém convertidos” pode gerar algum tipo de desconfiança e provocar o fechamento¹¹² do grupo aos mesmos. Em outras palavras, é preciso que o aspirante demonstre possuir uma série de habilidades e características que lhe permitam ocupar seu espaço no grupo. Entretanto, é também necessário que tais habilidades e características não excedam, de algum modo, aquelas existentes entre os antigos membros, de modo a não se constituir em eventual ameaça aos mesmos. A aceitação de um novo membro entre um grupo de aficionados por quadrinhos, pode, assim, demorar muitos meses. Não obstante o caráter informal que normalmente marcam os grupos de “quadrinheiros”,¹¹³ a entrada e aceitação de um novo elemento no grupo encontra-se condicionada a diversas avaliações a respeito do aspirante: seu grau de conhecimento a respeito do assunto, confiabilidade, modo como irá se relacionar com os outros membros, etc. No caso do candidato não corresponder aos critérios do grupo, será deixado de lado até que se decida a sair, por sua própria conta.

Ser considerado um colecionador bem sucedido ou, no caso de um fã, alguém “que entende muito de alguma coisa”, não se resume a simplesmente possuir a maior quantidade de coisas desejadas pelo grupo ou mesmo se dedicar integralmente ao objeto ou tema em questão. O modo como se distribui o prestígio entre os elementos do grupo pode ser percebido através do modo como alguns aficionados se referem uns aos outros. Conhecer

conflictos existenciais, horror, etc. Como publicações mais conhecidas poderiam ser citadas: *Vertigo*, *Classics Illustrated*, *Heavy Metal*, *Sin City*, *Love & Rockets*, etc.

¹¹² Entre os aficionados por quadrinhos parece ser comum, conforme observou um dos entrevistados, a prática de se ocultar algumas informações buscadas por um neófito. O que só deixará de acontecer em função de diversos fatores: caso este último demonstre perceber o “verdadeiro sentido” das mesmas, sua eventual qualificação não aparente oferecer grande ameaça ao “saber coletivo” do grupo, seja capaz de revelar talento e habilidades não conflitantes com aquelas existentes no grupo, etc.

¹¹³ Termo de auto-referência muito raramente utilizado pelos próprios aficionados.

muito a respeito de determinado assunto é importante, mas não totalmente. Compartilhar esse conhecimento também o é, mas, ultrapassada certa medida, já deixaria de sê-lo. Gastar muito dinheiro adquirindo novas peças pode provocar a admiração do grupo; dependendo contudo do modo como esse dinheiro é gasto e da habilidade demonstrada na aquisição das mesmas, poderia não provocar o mesmo efeito. Uma das características negativas mais comumente apontadas por qualquer fã ou colecionador se relaciona ao membro do grupo que se apresenta como aquele que mais sabe a respeito do ídolo ou do objeto colecionado. Caso seja considerado o fato de que qualquer tema é tomado como inesgotável, torna-se fácil entender o sentido quase herético contido nas pretensões de um aficionado que julga haver alcançado o conhecimento absoluto a respeito do assunto, ou, pior ainda, desse modo se elevado acima de todos.

O fato de um fã-clube ou círculo de colecionadores se constituírem em grupos de indivíduos que gostam de um mesmo tema, pode estar relacionado às “especializações” que cada aficionado costuma possuir. Entre os aficionados por seriados americanos dos anos sessenta e setenta, séries como “Bonanza”, “Túnel do tempo”, “Jornada nas Estrelas”, “Perdidos no Espaço”, e outros representam a identidade particular de alguns membros. Mesmo dentro de um único seriado – caso dos *trekkers* – alguns fãs se aprofundarão mais no estudo de alguns personagens ou aspectos do próprio seriado que simplesmente ao seus traços de conjunto. Um colecionador de jipes poderá se especializar num único modelo – os fabricados em 1951 –, não obstante serem mínimas as diferenças em relação aos modelos produzidos em períodos próximos. Um fã de filmes de faroeste, mesmo sabendo quais são os filmes mais raros ou considerados pela crítica como os melhores, poderá estabelecer, a partir de critérios particulares, uma nova hierarquia e um modo próprio de avaliação e construção de sua coleção. Uma das formas mais comuns de distribuição de prestígio no grupo encontra-se relacionada ao domínio dessas diversas modalidades de conhecimento específico por parte do aficionado.

Ainda que muitas vezes o relacionamento de um colecionador ou fã com determinado objeto ou ídolo se estabeleça como se os mesmos possuíssem uma natureza perfeita, não passível de modificação, freqüentemente os

aficionados por determinado assunto podem promover uma releitura do objeto ou sua representação. Neste caso, os procedimentos do grupo se dirigem mais ao “conceito” contido naquele objeto ou tema, que às suas manifestações concretas. Preserva-se, assim, a “perfectibilidade” do objeto através da separação entre sua natureza conceitual e suas manifestações mundanas, já contaminadas pela ação herética daqueles que os produzem na condição de mercadoria. No caso de um fã-clube, o ídolo poderá ser descrito como alguém dotado de características absolutamente incomuns. Todos os momentos de sua carreira serão interpretados como consequências de uma natureza perfeita, mesmo que o olhar ímpio possa suspeitar da existência, nesses espaços, da ação do acaso e de outras contingências. A morte precoce ou o desaparecimento do ídolo permitem, nesse sentido, uma construção mais eficiente de relatos semelhantes, na medida em que isolam o mesmo de períodos eventualmente longos de “vida comum”, durante a qual terão eventualmente engordado, deixado de cantar, se convertido a alguma seita, etc. O caso dos ídolos inscritos na indústria cultural é particularmente característico pelo fato da descrição de sua carreira estar em boa medida a cargo de seus produtores, e não apenas sob controle dos fãs (menos, portanto, que estaria determinado objeto em relação aos seus colecionadores). Ou seja, há, por força disso, um esforço deliberado na construção de uma carreira que deve parecer extraordinária:

Esse novo Olimpo é, de fato, o produto mais original do novo curso da cultura de massa. As estrelas do cinema já haviam sido anteriormente promovidas a divindades. O novo curso as humanizou. Multiplicou as relações humanas com o público. Elevou ao estrelato as cortes reais, os *playboys*, e até certos homens políticos. Desde que as estrelas inacessíveis e sublimes do cinema desceram à terra, desde que as cortes reais se transformaram em Trianos da cultura de massa, – isto é, desde o progresso propriamente dito da cultura de massa enquanto tal –, a vida dos olimpianos participa da vida cotidiana dos mortais; seus sentimentos são experimentados pela humanidade média; esses olimpianos podem até, no futuro, aceitar o aburguesamento de um casamento plebeu, o fotógrafo da princesa britânica, o médico da diva italiana, com a condição de que esse casamento plebeu seja transfigurado pelo amor.¹¹⁴

¹¹⁴ MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1977. p. 106.

Um fã de Elvis Presley poderá interpretar a vida do ídolo, em termos de um conjunto de fatores que, na soma de sua intencionalidade e acaso, terminaram produzindo um quadro perfeito de coisas. Não obstante todo o material escrito a respeito da vida de Elvis Presley – discografia, registros de imagem, biografias oficiais e “não autorizadas”, etc – todos os elementos que compõem um corpo eventualmente contraditório de informações são tomados como confirmação da natureza incomum do ídolo. Por meio dessa interpretação, todos os aspectos de contradição e humanidade contidos em inúmeros relatos serão vistos como elementos inerentes à condição “sagrada” do artista: solidão, exacerbação de sentimentos e condutas, hábitos extravagantes, etc.

Entre os fãs de filmes de faroeste, tais “leituras integrais” do tema eleito podem também ocorrer. Possivelmente o fato de se tratar de um gênero cinematográfico muito característico, no qual a combinação de um tipo recorrente de direção, atores, ambientação e argumentos, que reunidos produzem um conjunto muito semelhante de efeitos, tenha a ver com a baixa relativização de seus conteúdos por parte de seu público. Filmes muito conhecidos, sobre os quais freqüentemente foram observadas grandes distâncias entre suas versões e os acontecimentos a que se referem, não costumam suscitar grande inquietação ou mesmo curiosidade entre os aficionados do gênero. Um dos casos mais emblemáticos nesse sentido, “O Álamo”,¹¹⁵ é assim descrito pela crítica especializada:

[No filme] o ataque mexicano final começa com uma carga de artilharia espetacular. No início da batalha, Bowie está ferido e acamado na capela, mas defende-se heroicamente e morre lutando. Travis demonstra igual bravura: morre no portão, defendendo-se só com a espada. Crockett, carregando uma tocha acesa, se retira para o paiol de pólvora. Na porta, é barrado por um terceiro mexicano. Consegue soltar-se, entra cambaleando no paiol e explode o lugar.

Tudo isso, ou quase tudo, está errado. Se Santana dispusesse da artilharia que o filme sugere, o Álamo teria sido reduzido a pó em questão de minutos. Bowie não ficou confinado ao leito por um ferimento; ao contrário, passou todo o tempo do cerco de cama, com febre tifóide. Travis morreu no início do ataque, caindo

¹¹⁵ A versão mais conhecida do filme (*The Alamo*) é de 1959, e foi dirigida por John Wayne. Uma segunda versão (*Alamo: Thirteen days to glory*) seria realizada em 1987, sob a direção de Burt Kennedy.

do muro com uma bala na cabeça. E Crockett, segundo relatos mexicanos, se rendeu. O general Manuel Castrillon intercedeu junto a Santana para salvar-lhe a vida, mas Santana havia jurado não poupar nenhum prisioneiro e executou sumariamente Crockett e os demais sobreviventes.”¹¹⁶

Reinterpretando os relatos produzidos pela indústria cultural, alguns fãs procedem à separação entre essas construções e a natureza “realmente” incomum de seus ídolos. Neste caso, o mesmo poderá ser visto sob a perspectiva de alguém que surgiu num tempo e num mundo que ainda não estavam preparados para compreender suas ações. Em relação a determinados objetos, colecionadores poderão também construir uma reinterpretação, desvinculando de forma análoga sua “versão comercial” das características pelas quais se tornaram bens colecionáveis. Normalmente fãs de grupos musicais tendem a considerar como “trabalhos menores” peças que alcançaram grande sucesso comercial. Um fã do grupo alemão Kraftwerk¹¹⁷ irá considerar o disco de maior sucesso do grupo, “The man machine” (no qual se inclui a conhecida “The model”), como algo incapaz de representar a notável capacidade criativa do grupo. Em outros termos, a concepção artística do quarteto como sendo algo bastante distinto daquilo que o mercado costuma oferecer como “produto acabado”. Para tanto será observada a sofisticada concepção artística desenvolvida pelo grupo, que, desde o final dos anos 70, procurou relacionar ao incomum tipo de música que produziam, correspondentes estéticos, dramatúrgicos e mesmo posturas pessoais bastante *sui generis*.¹¹⁸

¹¹⁶ CARNES, Mark. Passado imperfeito – a história no cinema. Citado por BILHARINHO, Guido. **O filme de faroeste**. Uberaba: Instituto Triangulino de Cultura, 2001. p. 141.

¹¹⁷ O grupo alemão Kraftwerk foi criado em 1970 pelos músicos Ralf Hütter e Florian Schneider, nascidos na região industrial do Vale do Rühr. Ainda em atividade, é a ele atribuída a criação da chamada música eletrônica, com o lançamento, em 1974, do disco “Autobahn”, sendo ainda considerável sua influência no desenvolvimento do *hip-hop* e do *techno*.

¹¹⁸ Em alguma medida ilustrado pela descrição da primeira experiência do grupo na televisão: “Em novembro, pela primeira vez em sua carreira, o Kraftwerk faz uma apresentação oficial ao vivo na TV, dentro da programação do MTV Europe Music Awards 2003. Transmitido para todo o mundo, o evento apresenta a todos o conceito de palco do grupo, onde som e imagem se fundem de tal forma que as atenções passam adiante da mera presença dos músicos no palco para todo o espetáculo propriamente dito. O foco está na sincronicidade entre o som, as imagens e as sensações que essas combinações provocam, e não no culto à personalidade dos artistas como estrelas de show business; é como se a presença física deles no palco não fosse tão importante, mas sim o resultado final das relações audiovisuais de tudo

De forma semelhante, o fã de outro grupo musical, o canadense Rush, observará como suas principais qualidades aquilo que ultrapassa os limites do circuito comercial (ou seja, quase tudo, considerando que os discos do grupo nunca alcançaram grande sucesso de vendas ou execução em rádios). O fato de o grupo nunca ter feito muito sucesso é visto como consequência da postura de seus integrantes (que, como músicos, nunca fizeram concessões de natureza comercial, etc) e do próprio tipo de música que produzem¹¹⁹. Mesmo no caso de fãs de grupos que alcançaram grande sucesso comercial, como a dupla sueca Roxette, deixarão em segundo plano este aspecto para destacar a competência profissional dos músicos, sua

o que se percebe em seus shows". Disponível em: <<http://www.kraftwerk.technopop.com.br>>. Acesso em 06. Jan. 2005.

¹¹⁹ A história enviada por uma fã do grupo descreve o modo como descobriu o trio e sentido quase transcendental dessa descoberta em sua vida: "O Rush entrou muito cedo na minha vida! Desde os meus 6 anos de idade, o meu irmão Márcio, 9 anos mais velho que eu e fanático pelo Rush, me mostrava essa banda. Ao invés de ouvir músicas para crianças, eu ouvia Rush (minha música preferida era "New World Man"). O meu irmão me passava informações sobre o Rush (nome dos integrantes, nomes dos discos, nome das músicas, enfim.). Viajávamos para a praia conversando sobre tudo isso, e assim surgia mais uma fã do Rush, eu!! Passou a infância, veio a adolescência e a essa altura o Rush já fazia parte da minha vida também, tínhamos álbuns do Rush com todas as reportagens que existiam, toda a discografia, posters, camisetas, jaquetas e um arsenal de informações sobre este trio canadense, e junto com tudo isso um grande sonho: assistir a um show do Rush um dia! Em 1991, no 2º grau, no 1º dia de aula, vi um guri com uma camiseta do Rush, perguntei para ele: "tu gostas de Rush?" A partir daí surgiu uma grande amizade que dura até hoje, posso dizer que o Marco André (vulgo Markito YYZ que mandou história para vcs) é o meu melhor amigo e um dos caras que mais entendem de Rush no mundo!!! Passávamos os dias ouvindo Rush, traduzindo letras, caminhando quilômetros atrás de material sobre a banda, chegando até a apresentar um trabalho sobre o Rush no colégio, na disciplina de inglês, fizemos até prova sobre o Rush nessa apresentação, foi incrível. Veio a faculdade, fiz o curso de nutrição e a adoração pelo Rush, minha, do meu irmão Márcio e do meu amigo Marco André, aumentava a cada CD novo lançado.

Em 1997, veio a oportunidade de realizarmos o nosso grande sonho. Abri mão da minha festa de formatura, adiantei o estágio final da faculdade (quase matei os professores) e um mês antes de me formar, fomos para o Canadá, nós três juntos!!!! Assistimos a dois shows do Rush (20.06 e 02.07 de 1997, em Toronto). Estávamos realizados!! Não tenho palavras para descrever o que senti, poderia morrer ao sair dali, pois era o dia mais feliz da minha vida, tinha realizado o meu grande sonho. Me formei ao som de "Totem" (Test for Echo), e fiz um agradecimento especial ao meu pai que realizou o meu sonho (meu "paitrocínio"), um agradecimento eterno. Devo muito ao meu irmão Márcio, por ter me mostrado o Rush, e bem cedo, fico feliz por ter visto um show do Rush com o meu irmão e o meu grande amigo Marco André. Continuamos nossas vidas, agora mais felizes após "Vapor Trails", aguardando uma nova oportunidade de vê-los novamente ao vivo, pois temos a certeza de que iremos juntos a mais um show do Rush, a melhor banda do mundo e que move nossas vidas. Rush Rules!!!!". Relato enviado pela fã Vivian Secchi, de Porto Alegre. Disponível em <http://www.t4e.com.br/sua_historia11.htm>. Acesso em: 14 mar. 2005.

evolução musical, etc. Aquilo que, não por acaso, estabelece uma melhor distância entre o grupo e suas mais notórias características comerciais.

Alguns grupos de aficionados poderão tornar suas temáticas ainda mais “autônomas” em relação ao projeto dentro qual foram industrial e comercialmente concebidas. Fãs de seriados americanos (mais conhecidos como “enlatados”) exibidos na televisão entre os anos 60 e 70¹²⁰ poderão construir uma leitura intencionalmente frívola dos mesmos, consumindo-os dentro de níveis menos elevados de “seriedade” que seus primeiros telespectadores, e mais como divertimento nostálgico e descomprometido. Nesse caso, mesmo considerando o fato de que nenhuma dessas produções tenha, aparentemente, pretendido ir além de sua própria condição “enlatada”, é notável a capacidade demonstrada por alguns fãs no sentido de ultrapassarem os sentidos originais das próprias séries. A insólita elaboração de um dicionário de inglês-*klingon*,¹²¹ por parte dos fãs da série “Jornada nas Estrelas” poderia ilustrar bem esse aspecto.

¹²⁰ Entre outros: “Terra de gigantes”, “Túnel do tempo”, “Viagem ao fundo do mar”, “Jornada nas Estrelas”, “Perdidos no espaço”, “Rin-tin-tin”, “Ultraman”, “Daniel Boone”, etc.

¹²¹ A esse respeito, a dedicação de alguns fãs ao tema parece atingir níveis absolutamente inimagináveis: “A língua falada pelos seres do planeta Klingon apareceu pela primeira vez no filme ‘Jornada nas Estrelas 3: À Procura de Spock’ (1984), e se disseminou tanto que alguns trekkers e jornalistas mais entusiasmados proclamaram que hoje o *klingon* tem mais falantes do que o esperanto – a língua ‘sem fronteiras’ criada no século XIX para servir de ponte à união dos povos. Se não é verdade que o *klingon* tem mais adeptos do que o esperanto, nem por isso sua popularidade deixa de impressionar. O ‘Dicionário Klingon’, escrito pelo linguista Mark Okrand – que criou a língua por encomenda dos estúdios Paramount – vendeu mais de 250 mil cópias e foi editado em países como Itália, Alemanha e Brasil. Há outras obras de Okrand para quem quiser fazer uma imersão: ‘Klingon para o Viajante das Galáxias’, ‘O Jeito Klingon’, ‘Klingon Conversacional’ e ‘Power Klingon’ (as duas últimas são fitas para familiarizar o iniciante com a pronúncia). O Instituto da Língua Klingon (www.kli.org), fundado há 12 anos, mantém site e uma ativa lista de discussão por e-mail com mais de 1.500 inscritos, de 50 países. Para ter uma idéia da seriedade com que os estudiosos de *klingon* tratam o assunto, basta dizer que já promoveram a tradução de duas obras de Shakespeare (‘Muito Barulho por Nada’ e ‘Hamlet’). Atualmente desenvolvem um projeto de verter a Bíblia (...). Já estive em lugares onde as pessoas só falavam *klingon*. Os membros do Instituto da Língua Klingon têm um encontro anual e quando se juntam vão a um restaurante e só falam em *klingon*. O que mais impressiona Okrand, porém, são aqueles capazes de fazer tradução simultânea. ‘Eles falam melhor do que eu’. (...) Schoen (Lawrence Schoen, 44, fundador do Instituto Klingon) conhece dois casos de pais que começaram a alfabetizar seus filhos em inglês e em *klingon*. As duas experiências foram interrompidas por ‘dificuldades práticas’, mas não é de se duvidar que não faltarão outras para levar até o fim a velha máxima *klingon*: ‘mamevQo’. maSvtaH. ma’ov’, (nós não vamos parar, nós continuamos a luta, nós competimos)”. Disponível em: <<http://folha.uol.com.br/folha/mundo/ult94u67210.shtml>>. Acesso em: 12. abr. 2005.

Mesmo (ou principalmente) entre colecionadores e fãs, as relações entre produtores e consumidores não se apresentam simplesmente lineares ou possuindo um único sentido de determinação. Assim como muitos produtos e temas são concebidos dentro de propósitos comerciais definidos, vindo mais tarde a serem reinterpretados por uma parcela de seus consumidores, assim também em função dessa reinterpretação a própria indústria de determinado setor poderá se valer desse “consumo desviante” no intuito de criar novos produtos. Alguns brinquedos “clássicos” terminam, por exemplo, sendo produzidos para um público bastante diverso daquele a que normalmente sempre se dirigiu após a percepção, por parte de seus produtores, de não ser o conjunto de seus consumidores formado majoritariamente por crianças:

Atentas à tendência de “adultos com brinquedo no armário”, tanto a Gulliver quanto a Estrela investem na nostalgia e não tiraram de catálogo antigos produtos que seguem vendendo para gente grande como os autoramas e os fortes apache. Os homens-garotos querem também carrinhos. As miniaturas de metal da marca Hot Wheels são os brinquedos do empresário Paulo Pomelli, 38: “Desde pequeno sempre brinquei com eles e hoje faço isso com meus filhos”, diz. Carros de controle remoto, Paulo tem ao menos dez.. “Alguns amigos criticam e eu me questiono o porquê do *hobby*, mas no fundo, faço o que todo mundo deseja fazer” diz ele. Outro exemplo de diversão de marmanjo são os joguinhos eletrônicos. “Ao contrário da vida, no jogo há um ambiente controlado e com regras claras, dominadas pelo jogador. Por isso é tão fascinante”, analisa o italiano Vanni Codeluppi, professor de sociologia da Universidade de Milão, autor de livros como “O espetáculo da mercadoria” e “O valor da marca”.¹²²

Ou ainda:

Quem precisa dos “Teletubbies” quando ainda é possível brincar com os brinquedos que se tinha quando criança? A indústria de brinquedos norte-americana descobriu que os adultos jovens constituem

¹²² STEIN, Luciana e FERNANDES, Daniela. Peter Pan vai ao shopping. **Estampa**. São Paulo, nº 12, pp. 44-49, out. 2002.

um mercado enorme. Movidos a saudosismo, as vendas de brinquedos antigos, como o Homem de Seis Milhões de Dólares e bonecos de “Jornada nas Estrelas” e “Guerra nas Estrelas”, estão em franco crescimento. Também existem novas linhas de brinquedo voltadas ao mercado adulto. A Playmate Toys hoje dirige suas promoções aos adultos, tendo percebido que os consumidores potenciais de seus bonecos Simpsons não são apenas as crianças, mas também adultos na faixa dos 18 aos 35 anos.¹²³

Por trás disso, da capacidade de reinterpretar dos aficionados e de reinvenção dos produtores, que parecem se perseguir mutuamente, há uma tendência, ainda mais evidente nesses casos, de se construir “mundos à parte” por meio desse tipo de consumo escapista. Longe de não ser admitida, a idéia de um consumo feito com propósito de assegurar ao fã ou colecionador garantias que só o passado parece poder oferecer, é tranquilamente aceita por esses. Do ponto de vista de um aficionado por seriados, trata-se fundamentalmente de administrar um lugar no qual possa se refugiar, fácil e automaticamente, sempre que os inconvenientes e limitações do cotidiano o sugerirem. Uma das entrevistadas, aficionada por quadrinhos, observará claramente a respeito deste aspecto, comparando a limitação e dureza da vida cotidiana com o fantasticamente ilimitado mundo dos quadrinhos. Curiosamente, um personagem como o “Homem-Aranha” lhe despertaria um interesse muito menor em função justamente de sua precária relação com as “forças do cotidiano”, considerando que suas conhecidas habilidades de combate ao crime estariam longe de compensar seus muitos insucessos pessoais: sujeição a um patrão autoritário, relacionamento amoroso tumultuado, etc.

Como tantos outros temas, todas as “fórmulas” utilizadas num seriado fornecem as medidas dessa possibilidade: heróis que nunca morrem; que, sempre presentes num mesmo horário, vão se transformando em “amigos” dos fãs; um padrão visual e sonoro (que, repetindo-se, vai se transformando em algo cada vez mais familiar), estrutura narrativa linear, rápido desenvolvimento e desfecho, ausência de maiores conflitos ou ambigüidades, etc. Em resumo, a promessa, sempre cumprida, de que no espaço de uma

¹²³ FUREDI, Frank. Não quero ser grande. **Folha de S. Paulo**. São Paulo, 25 jul. 2004. Mais! pp. 4-7.

hora, os mesmos personagens, vivendo num mesmo ambiente, ao som da mesma música, estarão envolvidos em uma nova “aventura”, tão inesperada em seus argumentos quanto previsível em sua conclusão, na qual o herói sempre vence. Não seria excesso de imaginação, nesse sentido, apontar como principal propósito dessas séries oferecer acesso a um tipo rápido e fácil de felicidade.

Se no caso desses seriados a “fórmula da felicidade” é praticamente explícita, sendo inclusive utilizada pelo próprio aficionado como explicação de seu gosto, em outros campos o mesmo já não acontece. Até porque, ao contrário dos primeiros, automóveis, maços de cigarro, canivetes, selos ou moedas, não parecem ter sido originalmente produzidos dentro de tais objetivos. Se, como muito facilmente se pode observar, grande número de coleções e fã-clubes se encontram associados à indústria cultural, tal se deve ao fato de, contemporaneamente, estarem localizados nesse campo os principais “laboratórios produtores” desse tipo sintético de felicidade. Tais fórmulas, tão evidentes num seriado de ficção científica, encontram-se presentes (mesmo sofrendo diversas adaptações) também na indústria cinematográfica, fonográfica, no mercado editorial, etc. Nessas, cumpre-se igualmente uma promessa de felicidade cuja base se sustenta em elementos recorrentes e na satisfação dos desejos de seus consumidores. Algo próximo àquilo que Edgar Morin observa em relação ao papel assumidos pelo cinema e pela literatura à partir dos anos 30 nos EUA e mais tarde em outros países ocidentais:

O *happy end* é a felicidade dos heróis simpáticos, adquirida de modo quase providencial, depois das provas que, normalmente, deveriam conduzir a um fracasso ou uma saída trágica. A contradição que fundamenta toda e qualquer atividade dramática (a luta contra a fatalidade, o conflito com a natureza, a cidade, o outro, ou consigo mesmo) ao invés de se solucionar, como na tragédia, quer com a morte do herói, que com um longa prova ou expiação, se resolve com o *happy end*.

A introdução em massa do *happy end* limita o universo da tragédia ao interior do imaginário contemporâneo. Ela rompe com uma tradição milenar, proveniente da tragédia grega, que prossegue com o teatro espanhol do Século de Ouro, o drama elizabetano, a tragédia clássica francesa, o romance de Balzac, Stendhal, Zola, Daudet, o melodrama, o romance naturalista e o romance popular de Eugène Sue a Ponson du Terrail, enfim, o cinema melodramático da época muda. O

happy end rompe com uma tradição não só ocidental, mas universal, que, aliás, ainda se mantém em parte nos filmes latino-americanos e, em maior escala, nos filmes indianos e egípcios.¹²⁴

Um colecionador ou fã poderá construir uma explicação de seu gosto baseada em critérios racionais, listando, para isso, elementos que fazem de determinado objeto ou tema algo dotado de natureza incomum: os métodos utilizados em sua fabricação, sua singularidade, relações que guarda com determinado momento histórico, etc. Se tais explicações de ordem técnica, construídas *em função da natureza do objeto* ou tema são muito comuns, o mesmo não ocorre em relação *ao ponto de vista do próprio aficionado*. A argumentação de um aficionado por quadrinhos a respeito da natureza escapista envolvida em sua prática representa um desses casos.

De forma diversa ao campo dos seriados de TV, o mundo dos quadrinhos refere-se a um universo cujas características de fechamento e níveis de complexidade não se encontram baseados numa relação de expectativas e ganhos tão imediata e simplificada quanto nos primeiros. Ainda que a mencionada característica escapista do campo dos quadrinhos possua o sentido de também ser um mundo no qual é possível buscar refúgio, ainda assim quase todo o resto se apresenta distinto. “Entender” de quadrinhos pressupõe o domínio de um conjunto razoavelmente amplo e complexo de “habilidades”, inscritas entre as muitas tendências presentes no campo e associadas a determinados títulos, desenhistas, roteiristas, editoras, etc. Tal universo de coisas, apresenta-se “vantajoso” em relação ao mundo da vida cotidiana muito em função das diversas ligações que se estabelecem entre essas alternativas – que podem se estender quase que indefinidamente por um único ramo – e as próprias relações de sociabilidade presentes no meio. Povoado por heróis atormentados, comportamentos ambíguos e imanência de conflitos, o mundo dos quadrinhos separa-se da realidade cotidiana menos por uma “promessa de felicidade” que pelo quanto seus produtores e leitores lhes acrescentaram em termos de elementos estéticos, catárticos, literários, etc. Mesmo que alguns de seus ramos possuam elementos estéticos e morais mais carregados de conflitos que aqueles normalmente exibidos pela realidade cotidiana, a fato de serem capazes de atrair grande

¹²⁴ MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1977. p. 92.

número de aficionados possui relação, como tantos outros campos de objetos e temas colecionáveis, com suas características de “fechamento” e possibilidades de serem vividos como mundos à parte.

O campo dos quadrinhos exemplifica a complexidade muitas vezes presente na relação entre temas, objetos e seus aficionados. Tais relações, que se estendem desde, por exemplo, o consumo “fácil” e descomprometido dos fãs de seriados de TV, coleções de livros escritos por autores mentalmente perturbados¹²⁵, encontram a maioria de seus casos intermediários ligados à práticas que não se situam nem no caso de um consumo “passivo” de determinado tema ou objeto, nem tampouco em sua completa reinvenção. O universo dos quadrinhos “adultos” se constitui, ele mesmo e muitas vezes, numa recriação de quadrinhos clássicos (“Batman”, “Wolverine”, “Demolidor”, etc) feita por determinados roteiristas e desenhistas,¹²⁶ fortemente influenciados por aquilo que circulava fora das editoras e do circuito comercial das HQ. No caso específico do mercado brasileiro, suas dimensões relativamente reduzidas contribuem para uma considerável influência dos leitores sobre os rumos de determinados títulos, personagens ou padrões estéticos. De modo diverso àquilo que ocorre entre os fãs de quadrinhos clássicos,¹²⁷ raramente os fãs de quadrinhos “adultos” conferem muita importância, por exemplo, à construção completa de uma coleção (possuir todos os números de determinado título, de determinada editora, etc), fixando maior interesse e atenção no desenvolvimento de outros muitos aspectos envolvidos no campo: evolução dos personagens, identificação de referências literárias, inovações estéticas, etc.

Por outro lado, mesmo que parte considerável das atividades do grupo encontrem-se relacionadas à uma espécie de “avaliação interna” dos diversos títulos, dificilmente ultrapassará os limites tacitamente aceitos como válidos e dentro dos quais se desenvolvem as ações do grupo. Ou seja, mesmo que um grupo de aficionados por quadrinhos consuma os muito conteúdos

¹²⁵ Esta, aliás, uma das coleções de Walter Benjamin.

¹²⁶ Sendo o caso clássico a reestruturação do personagem Batman por Frank Miller (*Batman – O cavaleiro das trevas*). Lançado em 1986, a nova versão mostraria o antigo personagem como herói atormentado por profundos conflitos e inquietações.

¹²⁷ Em exemplos: Fantasma, Mandrake, Tex, Tio Patinhas, etc. Representantes da chamada “era de ouro dos quadrinhos”, criados num período anterior à Segunda Guerra Mundial.

disponíveis sob as mais diversas interpretações, obedece, ainda assim e em parte exatamente por isso, a um padrão que todos os membros reconhecem como sendo um padrão legítimo de fruição. Se é comum e “lícito” avaliar a evolução ou deterioração do “ traço” de determinado desenhista ou da roteirização presente em determinada série, não o seria submeter os mesmos conteúdos a uma análise semiótica ou de ordem sociológica, representando isso uma “ação inválida”.

Em certo sentido, o consumo de todo aficionado se constitui numa reinterpretação do objeto ou tema escolhido; isso pelo simples fato de terem sido, dessa forma, retirados de seu ciclo normal de existência e uso. Do ponto de vista de objetos inicialmente disponibilizados na condição de mercadoria, o uso e a interpretação média aplicada aos mesmos por consumidores médios se constituem na sua forma esperada de consumo. Dessa maneira, canivetes, maços de cigarro, automóveis, selos, seriados de TV, etc, são comprados, utilizados e descartados dentro de uma lógica que não lhes concede um sentido de não serem senão o cumprimento das efêmeras promessas do mercado. Não por acaso alguns colecionadores interpretam suas próprias ações como sendo as de “salvar” objetos que, de outra forma, estariam perdidos para todo o sempre. Nesse sentido, a maior parte dos aficionados termina por imprimir ao objeto ou tema eleito um significado que até mesmo na origem dos mesmos se encontrava ausente. Objetos tão prosaicos quanto dedais, canivetes, moedas, selos, etc fornecem boas ilustrações para o caso. Nesses e em outros exemplos, a descoberta de um sentido oculto é muitas vezes também o momento em que o aficionado decide dedicar sua existência à “salvação” de tantos objetos quantos forem aqueles nos quais possa reconhecer os verdadeiros sinais de sua “sacralidade”:

Até ontem eu não dava a menor importância a um dedal. Todos vocês devem saber do que se trata: aquele pequeno objeto que as costureiras usam para proteger o dedo das furadas da agulha. Para empurrar a agulha de modo a que ela perfure o pano, dependendo das circunstâncias, deve-se fazer alguma pressão no fundo da agulha e com o dedo desprotegido, realmente não dá. O nome é apropriado e eu lembro de ter visto na infância (faz um tempão) muitas pessoas usando dedal em minha casa. Atualmente não vejo mais. Ou afastei-me das costureiras ou não se costura mais como

antigamente. O fato é que eu sempre olhei para esse objeto como uma coisa prática, bem bolada, útil e completamente sem graça. Espero que a humanidade perdoe o meu terrível engano.

Fui apresentado a todas, ou pelo menos a algumas possibilidades do dedal, através da *internet*. Pesquisando sobre estatuetas de marfim, deparei-me com um dedal feito com esse material, ricamente esculpido e embora pouco útil para o ato de costurar, muito bonito como adorno ou como jóia. Daí para outros tipos de dedais foi um pulo e fiquei surpreendido com a quantidade, a variedade e a importância que se dá ao assunto. Descobri uma empresa na Espanha que fabrica dedais de todas as maneiras, comemorando datas específicas, registrando acontecimentos e lugares, explorando os mais diferentes temas como signos, animais, bruxas e um sem limite de outros temas. (...)

Encontrei *sites* também de Portugal mas nada de importante no Brasil. Os sites brasileiros focam mais a costura do que o dedal. Parece-me, portanto, que na Península Ibérica o dedal tem mais significado do que no Brasil, onde servem unicamente para proteger os dedos do incômodo da agulha, uma coisa inteiramente sem graça. Fiquei deslumbrado com os dedais espanhóis e portugueses. Pesquisei também em inglês, francês e alemão, mas nada encontrei que realmente pudesse ser comparado.

Os dedais apareceram por volta de dez mil anos antes de Cristo, na forma de um objeto curvo que ajudava a empurrar a agulha contra o tecido. Surgiram então muitos séculos depois da agulha de costura, que se conhece desde 30 mil anos antes de Cristo, donde se conclui que o homem de Cro-Magnon devia ter os dedos todos furados. Na Europa do século IX os dedais já tinham a forma atual e eram fabricados em bronze. Na Espanha só chegaram no século XII ou XIII e é possível encontrar-se dedais dessa época nos museus de lá. E cabe aqui uma desculpa nossa, pela demonstração de ignorância não dando ao dedal a devida importância por tantos e tantos anos. Felizmente fomos pesquisar sobre as esculturas em marfim. Esse assunto vai ficar para depois.¹²⁸

Tanto quanto dedais, outros objetos poderão ter sua função original modificada por conta da nova “utilidade” que poderá lhes ser conferida por um grupo de aficionados. Colecionadores de maços de cigarro, por exemplo, normalmente não se interessarão propriamente por cigarros, fixando sua atenção apenas nas embalagens dos mesmos. Ao acumular um número assombroso de embalagens, viajar por vários países em busca de novas

¹²⁸ Disponível em: <<http://www.cyberartes.com.br>>. Acesso em: 15 dez. 2005.

peças e recusar propostas de compra milionárias, um colecionador de maços de cigarro dificilmente compreenderá uma embalagem de cigarros como sendo apenas um invólucro de papel.¹²⁹

No vasto e prosaico território das coisas domésticas, a respeito dos quais normalmente não se imagina ser possível fazer outro uso que não seja aquele que lhes foi reservado pelo cotidiano, os objetos de cutelaria parecem igualmente exercer grande fascínio entre aficionados. Também nesses casos, uma das últimas preocupações de seus colecionadores seria a de saber se determinada faca ou canivete realmente “cortam bem”. Não raro, os próprios fabricantes não possuem informações sobre peças que, tendo sido fabricadas em seus estabelecimentos, só vieram a ser “compreendidas” muitos anos mais tarde ao serem, por assim dizer, reinventadas por algum colecionador.

Em nosso país, as mais conhecidas, melhores e mais belas facas esportivas comerciais (bem como alguns canivetes) foram da marca Mundial, empresa hoje pertencente ao Grupo Eberle, nome também de antiga e grande tradição na área de cutelaria do Rio Grande do Sul. Atualmente, junto com exemplares da igualmente famosa marca paulista Corneta, antigas facas esportivas e canivetes da marca Mundial começam a ser extremamente disputados por colecionadores brasileiros.

Este artigo mostrará alguns dos mais antigos e raros exemplares da famosa marca gaúcha, cuja história merece ser conhecida por todos os brasileiros que apreciam bons itens de Cutelaria. Vamos a ela!. (...) É exatamente em 1942 que surgem as primeiras facas esportivas da famosa marca, as quais permaneceriam em produção ininterrupta até 1982, quando a empresa entendeu que deveria voltar sua vocação para produtos de maior giro, no sentido de obter volumes maiores de venda. (...) Modelo "Pukko": afirmam os estudiosos da

¹²⁹ “A ficção por colecionar embalagens de cigarro levou o colecionador Célio Alberto Eisenhut, 47 anos, a reunir uma coleção que soma hoje 49.620 embalagens de cigarro. Os exemplares, dos quatro cantos do mundo, fizeram com que seu nome fosse registrado por dois anos consecutivos, em 1999 e 2000, no concorrido livro dos recordes, o Guinness Book, como o maior colecionador das Américas. (...) Passados 34 anos, a coleção que iniciou com 500 embalagens hoje passa das 49 mil. Para conseguir exemplares inéditos para sua coleção, Eisenhut já percorreu 12 países, além de enviar centenas de cartas com embalagens a colecionadores do mundo inteiro, recebendo da mesma forma correspondências com novos exemplares que engordam a cada dia que passa mais sua coleção.” ARENDARTCHUK, Áurea J. Mais de 40 mil embalagens de cigarro. **A notícia.** Jaraguá do Sul. Disponível em:<<http://an.uol.com.br/anjaragua/2003/fev/10/2esp.htm>>. Acesso em: 22 set. 2004.

marca que este é o mais raro modelo de produção normal da Mundial. A história que se tem aqui em São Paulo é que em 1980 ou 81 (portanto 1 ou 2 anos antes de encerrar a produção de facas esportivas), a empresa recebeu uma encomenda de um distribuidor da Finlândia para produzir 5.000 "pukkos" (que é faca de caça nacional daquele país) modernos, num "design" do próprio distribuidor adaptados às potencialidades da Mundial. Apreciando muito esse "design", a Mundial teria produzido 1.000 exemplares a mais e vendido-os no mercado nacional, onde tiveram relativo sucesso. Estes "pukkos" da Mundial tem a lâmina em aço inoxidável, com 4 7/8 polegadas de comprimento, a empunhadura em peça única de Jacarandá-da-Bahia claro e bainha envolvente e costurada na lateral com fio de couro. A atual direção da empresa nada sabe informar a respeito das origens de seu modelo "pukko".¹³⁰

Paradoxalmente, nesses e em todos os outros casos de objetos que passam a ser colecionados, a autonomia, por assim dizer, adquirida pelos mesmos, permitirá que prescindam não apenas de suas relações com o mercado (posto que normalmente não estarão mais à venda) como também colocará seus produtores numa condição inversa àquela que ocuparam originalmente. Ou seja, freqüentemente (ainda que nem sempre) o fabricante ou produtor de determinado objeto ou tema da indústria cultural deixa de se constituir em parte interessada na existência do objeto criado, empenhado em sua venda, divulgação de suas qualidades, aprimoramento técnico, etc, para assumir uma condição quase que estranha ao mesmo, na medida em que este deixou de ser produzido. O desinteresse demonstrado pelas empresas fabricantes de carrocerias de ônibus em relação aos clubes de aficionados por esses veículos tem origem nessa incompatibilidade de fins: operando dentro da lógica do mercado e do presente, tendem a ignorar o sentido de passado contido numa "ex-mercadoria". Problema idêntico ao encontrado por fãs de seriados, gêneros cinematográficos, etc, cujas relações com produtores, distribuidoras, canais de televisão, etc, são sempre feitas em termos de incompatibilidade: se, do ponto de vista desses, os últimos vestígios de interesse relacionados a determinado filme ou seriado ligam-se às eventuais possibilidades comerciais dos mesmos, da perspectiva dos fãs, seus melhores esforços encontram-se empenhados em convencer e

¹³⁰ Disponível em: <<http://www.knifeco.ppg.br/mundial.htm>>. Acesso em: 26 jan. 2005

“sensibilizar” os próprios produtores a respeito da excelência de suas criações.

Se a reinvenção do objeto ou personalidade em questão pode ser vista como algo inerente à prática de um aficionado, comportamentos extremos e compulsivos, ao contrário daquilo que o senso comum costuma sugerir, não parecem ser freqüentes. Mesmo algumas estratégias, bastante insólitas, utilizadas por alguns colecionadores com a finalidade de se apropriar de alguma peça rara – “converter-se”, por exemplo, à religião do proprietário da mesma – não deixam de ser, por força do cálculo e da consciência com que são pensadas, estratégias perfeitamente racionais e ajustadas aos propósitos do colecionador. Não obstante os números e proporções extremas que ilustram o universo das coleções, só muito raramente poderão ser encontrados (ou conhecidos...) casos realmente extremos, como o mencionado por Philipp Blom:

Um dos poucos casos ligados ao ato de colecionar que ficou documentado, e mais tarde inspiraria uma das primeiras obras de Gustave Flaubert, ocorreu na Espanha, na década de 1830. O vilão da história é um tal de Don Vincente, bibliotecário de um mosteiro perto de Tarragona, que teve grande parte de seu ouro e de seus livros preciosos roubada por uma quadrilha de ladrões audaciosos. Logo depois Don Vincente abandonou a ordem e reapareceu em Barcelona como vendedor de livros raros, que se tornou conhecido pela relutância em vender qualquer coisa de valor e pelo fato de que comprava mais do que permitia sair de sua loja. Em 1836, um grande tesouro apareceu em leilão, o *Furs e Ordinations de Valencia* (Éditos e Ordenações de Valência), tido como o único exemplar que sobreviveu de um livro impresso por Lambert Palmart, o primeiro impressor da Espanha, em 1482. Para sua incontrolável fúria, Don Vincente viu seu lance ser ultrapassado pelo de um sindicato de livreiros rivais, chefiado por um tal de Augustino Patxot. Três dias depois a loja de Patxot foi queimada e ele foi encontrado, assassinado, dentro dela. Uma onda de assassinatos tomou conta de Barcelona e arredores, as vítimas todas homens de cultura, eruditos e amantes de livros. Don Vincente logo se tornou o principal suspeito no caso e, quando seu apartamento foi revistado, o *Furs e Ordinations de Valencia* estava na prateleira mais alta da biblioteca. Outros livros que tinham pertencido a vítimas recentes de assassinato também foram encontrados. Quanto lhe perguntaram se sentia remorso pelo que fizera, Don Vincente

respondeu simplesmente: “Todo mundo vai morrer, cedo ou tarde, mas os bons livros precisam ser conservados”. Seu advogado enfrentou uma batalha difícil, mas tinha uma arma secreta para livrar o seu cliente. Quando a acusação afirmou que o exemplar de *Furs e Ordination* só podia ser o que fora roubado da vítima assassinada, pois era o único existente, o advogado levantou-se rapidamente e mostrou ao tribunal uma prova de que um segundo exemplar sobrevivera em Paris, e que portanto era possível que um terceiro existisse. Don Vincente, ficou arrasado e perdeu o controle. “Meu exemplar não é único!”, gritou, furioso e sem poder acreditar, frase que repetiu vezes sem conta até o dia de sua execução.¹³¹

Ainda assim, e apesar de citado como tendo realmente ocorrido, a origem do caso do bibliômano espanhol é bastante controversa. A versão de Flaubert (escrita aos 15 anos de idade) é apenas uma das muitas versões literárias que se seguiram à publicação da notícia no jornal francês *Gazette des Tribunaux*, em outubro de 1836. Ocorre que a própria notícia teria sido, ela própria, “versão” de um crime que jamais ocorreu, escrita provavelmente por Prosper Merimée ou Charles Nodier (este último, principal suspeito, autor de um conto intitulado *L'amateur de livres* e publicado em 1831).¹³²

A “simples” eleição de um tema ou objeto como sendo aquilo que há de mais importante no mundo torna relativas todas as medidas que poderiam fazer daquele comportamento algo realmente extremo: nada poderia ser considerado efetivamente exagerado para efeito de avaliar sua relação com algo que se considera estar acima de tudo. Nesse sentido a racionalidade presente nas ações de colecionadores e fãs – “todo mundo vai morrer, cedo ou tarde, mas os bons livros precisam ser conservados” – ilustra não um padrão de comportamento que escapa ao controle do grupo ou do próprio indivíduo, mas sim um conjunto de ações que reflete fielmente aquilo que um aficionado descobriu a respeito de determinado objeto ou tema. Nos termos de uma perspectiva unicamente ocupada em adequar meios e fins, algo perfeitamente racional.

A organização prática e a sociabilidade dos espaços criados por fãs e colecionadores reflete, naturalmente, as características dos próprios objetos

¹³¹ BLOM, **op. cit.** p. 233 e 234.

¹³² FLAUBERT, Gustave. **Bibliomania**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2001.

ou temáticas em questão. Em maior ou menor grau, todo grupo organizado em torno do gosto único por determinado objeto ou tema, apresenta um caráter missionário. Como origem desta disposição, o fato daquele objeto ou tema haver sido “descoberto” e “compreendido” pelo grupo como algo investido de natureza incomum, passível de ser transmitida e revelada a tantos quantos forem aqueles dispostos e capazes de compreender o sentido único dessa natureza. Tais disposições podem se estender desde tendências francamente proselitistas até posturas que, não deixando de sê-lo, caracterizam o grupo como comunidade de eleitos. As absolutamente incontáveis páginas construídas na *internet*, dedicadas aos mais diversos ramos do colecionismo ou aos muitos ídolos criados pela indústria cultural, possuem entre suas principais funções a arregimentação de novos membros, potenciais colaboradores e divulgadores da “obra”. De fato, são possivelmente raros os casos de colecionadores ou fãs empenhados em ocultar, sempre que possível, as peças e objetos de suas coleções. A divulgação, através dos mais diversos meios, do tema ou objeto eleito, possui sempre implícita a idéia de expandir a fé no próprio objeto ou tema; ainda que, para tanto, outros argumentos possam ser utilizados: “divulgar um hábito saudável”, “levar às pessoas um pouco de nossa história”, “reunir pessoas que gostam das mesmas coisas”, etc.

Se em alguns casos posturas deste tipo podem ser bastante explícitas – um fã, por exemplo, que se dedica a divulgar por conta própria o lançamento do último CD do grupo de *rock* que aprecia – por outro, os mais freqüentes casos em que o tema é divulgado na *internet* ou pela imprensa em geral buscam, igualmente, alcançar um público que eventualmente poderia vir a se interessar pelo assunto. Em todos esses contextos encontra-se presente o propósito de levar ou fazer conhecer ao público não iniciado a natureza de um objeto ou tema que só não possui maior número de adeptos por conta de suas características excepcionais não terem sido ainda devidamente conhecidas e apreciadas. Muito longe de se constituírem num comportamento compulsivo, tais tentativas de expansão da fé em determinado objeto ou tema poderão ainda ser acompanhadas da explicação a respeito do porquê de algo “tão excepcionalmente acima de tudo” não haver sido ainda *compreendido* por um número maior de pessoas. Para tanto cada grupo de aficionados produzirá uma explicação que seja capaz de

justificar o porquê de algo assim constituído ser vivido e compreendido apenas por poucos. Excluídos casos cuja explicação é óbvia – objetos ou temas que impliquem altíssimo poder aquisitivo, conhecimento muito específico, etc – a explicação, quase religiosa, estabelecerá uma lacônica fronteira entre o mundo dos que “crêem” e o daqueles que, destituídos daquilo que é necessário à crença, jamais poderiam alcançar essa dimensão.

De forma bastante evidente, fãs de quadrinhos ilustram casos deste tipo. Se por um lado, e ao contrário de muitos outros objetos “colecionáveis” (ainda que só muito raramente aficionados por quadrinhos se dediquem efetivamente, a colecionar todos os exemplares de um determinado título) revistas em quadrinhos são relativamente baratas, estando sua compra ao alcance de um número relativamente grande de pessoas, por outro, o domínio de sua estética, linguagem, técnicas, evolução, etc, demandam períodos de “iniciação” normalmente longos. Tais características, somadas à concepção “dominante” que interpreta o universo dos quadrinhos como uma espécie de subproduto da literatura e das artes gráficas, contribui para o desenvolvimento de um característico hermetismo presente entre os aficionados do gênero. Por consequência, o caráter missionário e proselitista, ainda que aí também presente, volta-se menos para o público em geral e mais para aqueles nos quais poderão ser encontrados os sinais de aptidão e preparo.

A idéia de “missão”, que, naturalmente de forma menos desenvolvida, poderá ser encontrada entre diversos fãs, é descrita num muitíssimo interessante conto de Júlio Cortázar escrito sobre o assunto.¹³³ Em dado momento os fãs da atriz Glenda Garson concluem, de forma absolutamente lógica, que teriam de tomar as medidas necessárias e capazes de preservar a perfeição que julgavam haver encontrado em sua figura:

Nesse tempo, as reuniões eram apenas Glenda, sua deslumbrante ubiqüidade em cada um de nós, e não sabíamos de discrepâncias ou reparos. Só pouco a pouco, no começo com um sentimento de culpa, alguns

¹³³ CORTÁZAR, Julio. **Orientação dos Gatos**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1981. O conto narra, de forma incrivelmente precisa e completa (não obstante suas meras nove páginas) a lógica que orienta a ação de um grupo de fãs da não muito hipotética atriz Glenda Garson (claramente inspirada nas atrizes hollywoodianas das décadas de 40 e 50).

se atreveram a introduzir críticas parciais, o desentendimento ou a decepção diante de uma seqüência menos feliz, os deslizes do convencional ou do óbvio. Sabíamos que Glenda não era responsável pelos deslizes que turvavam, por momentos, o esplêndido brilho de *O açoite* ou o final de *Nunca se sabe por quê*. Conhecíamos outros trabalhos de seus diretores, a origem dos enredos e dos roteiros, com eles éramos implacáveis porque começávamos a sentir que o nosso amor por Glenda ia mais além do mero território artístico e que só ela se salvava do que imperfeitamente faziam os demais. Diana foi a primeira a falar de missão, e o fez com sua maneira tangencial de não afirmar o que de verdade a importava, então vimos nela uma alegria de uísque duplo, de sorriso satisfeito, quando admitimos que não podíamos ficar somente nisso, o cinema e o café e querer tanto a Glenda.¹³⁴

O conto descreve todas as ações do grupo de fãs como absolutamente racionais e lógicas, como, de fato, parecem ser as ações da maior parte dos grupos de aficionados. Apenas a excepcional perfeição de Glenda parecia escapar a qualquer rationalidade, não sendo necessário, para sua explicação, qualquer outro motivo que não fosse a razão profunda e insondável que fazia com que todos a julgassem perfeita e a “quisessem tanto”. Todo o restante dessas ações, contudo, se pautavam pela mais estrita rationalidade, levando a história a um desfecho tão mórbido quanto lógico.¹³⁵ É possível suspeitar que, não fossem os muitos e normalmente

¹³⁴ CORTÁZAR, **op. cit.**, pp. 17 e 18.

¹³⁵ “Sim, mas um poeta tinha dito sob os mesmos céus de Glenda que a eternidade está enamorada das obras do tempo, e coube a Diana sabê-lo e dar-nos a notícia mais tarde. Comum e humano: Glenda anuncia seu retorno às telas, as razões de sempre, a frustração do profissional com as mãos vazias, um personagem sob medida, uma filmagem iminente. Ninguém esqueceria aquela noite no café, justamente depois de ter visto O uso da elegância, que voltava às salas do centro. Quase não foi necessário que Irazusta dissesse o que todos vivíamos como o amargo gosto de injustiça e rebeldia. Queríamos tanto a Glenda que o nosso desânimo não a alcançava, que culpa tinha ela de ser atriz e de ser Glenda, o horror estava na máquina quebrada, na realidade de cifras e prestígio e Oscars entrando como uma falsa fissura na esfera de nosso céu tão duramente conquistado. Quando Diana apoiou a mão no braço de Irazusta e disse: ‘Sim, é a única coisa que falta fazer’, falava por todos sem necessidade de nos consultar. Nunca o núcleo teve uma força tão terrível, e nunca precisou de menos palavras para pô-la em marcha. Nós nos separamos furiosos, vivendo já o que teria de acontecer em uma data que só um de nós conheceria com antecedência. Estábamos certos de não voltar a nos encontrar no café, de que cada um esconderia, a partir de agora, a solitária perfeição de nosso reino. Sabíamos que Irazusta faria o necessário, nada mais simples para alguém como ele. Sequer nos despedimos, como de costume, com a leve segurança de voltar a nos encontrar depois do cinema, numa noite de Os efêmeros retornos ou de O açoite. Foi antes um dar as costas, pretextar que era tarde, que se devia ir embora; saímos separados, cada um levando o seu desejo de esquecer até que tudo estivesse consumado, e sabendo que não seria assim, que ainda nos faltaria abrir certa manhã

incontornáveis obstáculos com que a realidade costuma constranger as ações de outros fãs (e que propositalmente parecem ter sido eliminados do conto), tais seriam os procedimentos a serem utilizados por outros tantos fãs e aficionados.

A depender do tempo e do empenho despendidos por um aficionado na organização de uma coleção ou agrupamento de informações relacionadas a um determinado tema, a questão de como transmiti-las a um “sucessor” ou mesmo garantir sua preservação no tempo poderá se transformar num grande problema. Até porque, curiosamente, não são comuns os casos de fãs ou colecionadores que tenham se casado com pessoas igualmente interessadas pelos mesmos temas ou objetos,¹³⁶ assim como filhos de aficionados só eventualmente costumem herdar os mesmos interesses de seus pais. Se o desinteresse pelo tema, por parte do público em geral, pode ser explicado pelo fato do mesmo não ter tido ainda *acesso à verdade*, o descaso da família e de pessoas próximas ao aficionado por seu tema permanecerá sendo uma dolorosa contradição: mesmo que tenham tido *acesso à verdade* – por meio da proximidade do aficionado e do contato com a própria coleção – sua “conversão” não se realizou. Em alguns casos, o papel de membros mais próximos pode assumir contornos bastante sombrios e distantes de qualquer possibilidade de conversão:

Ficção ou não, o fato é que nessas histórias identifica-se um personagem que ocupa o papel principal nos depoimentos dos sebistas, quando o assunto tratado é a desova das bibliotecas particulares: as viúvas.

Para José Jorge Brito, autor do já citado Guia dos Sebos do Brasil, “mulher de bibliófilo que fica viúva é uma interrogação. Às vezes, quando o caixão sai por uma porta, a biblioteca sai por outra”. Claro Durães, da Feira do Livro, diz que “muitos homens que gostam de livros costumam ter em casa mulheres que detestam

o jornal e ler a notícia, as estúpidas frases da consternação profissional. Nunca falaríamos disso com ninguém, nós nos evitariam cortesmente nas salas e na rua; seria a única maneira de o núcleo conservar sua fidelidade, guardar em silêncio a obra realizada. Queríamos tanto a Glenda que lhe ofereceríamos uma última perfeição inviolável. Na altura intangível onde a havíamos exaltado, nós a preservaríamos da queda, seus fãs poderiam continuar adorando-a sem diminuição; não se desce vivo de uma cruz.” CORTÁZAR, **op. cit.**, pp. 22 e 23.

¹³⁶ Neste caso, indício bastante sugestivo da desproporção entre os sexos no mundo das coleções: caso este não fosse tão predominantemente masculino, é provável que a maior parte dos colecionadores tivesse se casado com colecionadoras. Se tal não acontece, é muito provável que sua causa esteja relacionada à escassez de membros do sexo oposto entre os mais variados grupos de aficionados.

livros". E Pedro Uildon, da Livraria e Sebo Horizonte, diz que "comprar livros de viúvas é um ótimo negócio". Uma opinião também partilhada por José Ronaldo, da Shazam e Antônio Humberto, das Páginas Antigas que, respectivamente, se referem às viúvas:

Os maiores inimigos das bibliotecas pessoais são os cupins e as viúvas, porque, quando morre um intelectual a viúva torra por qualquer preço ou bota no papel velho. E ela faz isso porque a biblioteca do marido é um estorvo, está entupindo um lugar que ela poderia pôr os móveis. Eu tinha uns fregueses mais antigos, aquelas pessoas que ainda formavam biblioteca pelo prazer de se ter uma biblioteca para os outros consultarem, pessoas que morreram, e depois vieram as viúvas e acabavam vendendo pra gente mesmo. Passavam 20, 30 anos, procurando livros com a gente, faziam aquela listinha de tudo que estava faltando, depois as viúvas iam e torravam aquilo tudo (José Ronaldo).

Teve uma outra história de uma grande biblioteca que eu fui olhar fora de Belo Horizonte, numa fazenda e a viúva se sentou do meu lado. Era uma biblioteca enorme e eu fiquei dois finais de semana olhando essa biblioteca, e ela falava assim: "eu não sei como que ele conseguia esses livros! Eu nunca peguei um livro desses! Eu tenho que vender essa biblioteca porque eu vou vender a fazenda e a pessoa não quer nenhum livro aqui!" E ela ficava lá, falava dos livros como um empecilho na vida dela, algo que a impediu de fazer muita coisa (Antônio Humberto).¹³⁷

Nem sempre, contudo, pode-se assegurar às mulheres e às viúvas um papel tão pouco encorajador na vida de um bibliófilo:

E aqui cabe uma ligeira interrupção, para corrigir uma injustiça que venho cometendo desde o início desta conversa em relação à Guita, minha mulher. De fato, tenho falado sempre em 'minha biblioteca', quando, na realidade, a biblioteca é dela e minha, pois ela, embora não tenha a atração patológica que me aflige, também gosta de livros, é uma leitora constante, e, como se isso não bastasse, conserva os livros, e já encadernou ou restaurou vários deles. Somos casados há 58 anos, e nunca precisei entrar em casa com livros escondidos. Aliás, algumas obras que representaram no curso da vida uma certa extravagância para o nosso limitado orçamento na ocasião, foi ela quem me encorajou a comprar.¹³⁸

¹³⁷ DELGADO, Márcia Cristina. **Cartografia sentimental de sebos e livros**. Belo Horizonte: Autêntica, 1999. pp. 88 e 89.

¹³⁸ DELGADO, **op. cit.**, p 88. O comentário é de autoria do conhecido bibliófilo José Mindlin.

Desta forma, é normalmente sob o signo da incompreensão e da impossibilidade de se converter aqueles que estão mais próximos do fã ou do colecionador, que a maioria dos clubes de aficionados encontram-se organizados. Se no ambiente familiar a peculiar inclinação de um colecionador ou fã não costuma despertar grande entusiasmo, os espaços em torno dos quais um grupo de aficionados irá se reunir se apresentam como mundos quase que ideais, nos quais o tema preferido de cada membro é também o mais importante; onde, principal e romanticamente, tudo aquilo que se refere ao objeto ou tema eleito encontra-se repleto de significado e sentido.

Assim, por contraste e oposição ao mundo dos que não *crêem*, os vínculos existentes entre os membros de um grupo de aficionados possuem uma natureza quase transcendente, importando dessa forma bem pouco as características externas e pessoais de cada membro, na medida que afastadas daquilo que unicamente possui realmente importância para cada um:

A partir de Diana ou Irazusta o núcleo foi-se dilatando lentamente, no ano de *O fogo da neve* devíamos ser apenas seis ou sete, quando estrearam *O uso da elegância* o núcleo se ampliou e sentimos que crescia quase insuportavelmente e que estávamos ameaçados de imitação *snob* ou sentimentalismo passageiro. Os primeiros, Irazusta e Diana e dois ou três mais decidimos cerrar fileiras, não admitir sem provas, sem o exame disfarçado pelos uísques e o alarde da erudição (tão de Buenos Aires, Londres e México, esses exames da meia-noite). À hora da estréias de *Os efêmeros retornos* precisamos admitir, melancolicamente triunfantes, que éramos muitos os que queríamos a Glenda. Os reencontros nos cinemas, os olhares à saída, esse ar como que perdido das mulheres e o dolorido silêncio dos homens nos identificavam melhor que uma insígnia ou uma senha. Ações não investigáveis nos levaram a um mesmo café do centro, as mesas separadas começaram a se aproximar, adotamos o delicado costume de pedir o mesmo coquetel para deixar de lado toda escaramuça inútil e, afinal, nos olhar olhos nos olhos, ali onde ainda vivia a última imagem de Glenda na última cena do último filme.¹³⁹

¹³⁹ CORTÁZAR, **op. cit.**, p. 16.

Como já foi aqui observado, parece haver na prática de todo colecionador um esforço de parar o tempo e superar a morte através do acúmulo, conservação, sistematização de objetos que, podendo ser definidos (e desta forma controlados) sob uma característica comum, permitem superar os traços de incerteza e acaso inerentes ao “mundo secular”. Muitas das ações missionárias, nas quais se empenham colecionadores e fãs, apresentam tais características; freqüentemente buscando garantir a imortalidade do aficionado através da perpetuação de seus objetos. São, assim, normalmente significativos os esforços despendidos na organização e conservação dos elementos que constituem a coleção; disso dependendo, por assim dizer, a própria perpetuação do colecionador. Um fã de seriados americanos dos anos 60 e 70 manterá as fitas de vídeo em que os mesmos se encontram gravados rodando permanentemente em vários aparelhos de vídeo, de modo a evitar riscos de desmagnetização.¹⁴⁰ Um colecionador de automóveis entregará a um funcionário a tarefa específica de regularmente tirar da garagem e dirigir por alguns quilômetros cada um de seus veículos. Um fã de filmes de *western* distinguirá, no conjunto de seu acervo, aquilo que, em último caso *poderia* se perder daquilo que, mesmo num caso de incêndio, *deveria* a qualquer custo ser salvo. Como é fácil imaginar, algumas soluções insólitas poderão ser utilizadas nesses propósitos de perpetuação:

O motivo dado por Phillipps¹⁴¹ para sua maníaca devoção à palavra escrita era que precisava salvar aquilo que, de outra forma, estaria irremediavelmente perdido: “Ao formar minha coleção, comecei comprando tudo que estivesse ao meu alcance; e fui levado a isso depois de ler diversos relatos sobre a destruição de valiosos originais”. Nunca se soube quantos livros e manuscritos ele reuniu. Seu próprio catálogo, publicado por ele mesmo em 1827, continha 23.837 notas. Segundo cálculos feitos pelo próprio Phillipps 23 anos depois, ele tinha cerca de 20 mil manuscritos e 30 mil livros. A um ritmo costumeiro de aquisição, de 40 livros por semana – acredita-se que ele gastava 4 mil libras esterlinas anuais em sua coleção – o total do patrimônio teria chegado a cerca de 77 mil itens, muitos deles raríssimos.

¹⁴⁰ Tais procedimentos, como talvez não seja difícil imaginar, encontravam-se longe de serem os mais extravagantes. Segundo um dos entrevistados, não havendo, em meados da década de 60, acesso a qualquer tecnologia que permitisse gravar os episódios dos muitos seriados exibidos pela televisão, alguns fãs se valiam do expediente de fotografar em seqüência a imagem exibida na tela dos aparelhos de TV.

¹⁴¹ Sir Thomas Phillipps (1792-1872): famoso colecionador inglês de livros.

Sua maior ambição era legar a coleção ao país, como fizera Sir Hans Sloane antes dele, e assegurar a imortalidade para si e para ela. Por sua insistência em exercer controle total sobre a coleção, e pelo fato de seu correspondente, Benjamin Disraeli, então ministro da Fazenda, não ter feito uma oferta razoável em nome do governo, quando Phillipps morreu, em 1872, nada foi resolvido, e a coleção, ainda não inteiramente catalogada, apenas parcialmente desempacotada e em estado de total desorganização, foi posta em leilão, ou melhor dizendo, em leilões, pois enquanto escrevo a venda da Coleção Phillipps continua na Sotheby's, 168 anos depois da morte de Sir Thomas.¹⁴²

Sob diversas formas, as mais variadas práticas de colecionismo parecem se constituir numa solução para o problema da morte. Do ponto de vista de um não colecionador, a idéia de uma coleção poderia ser entendida como sendo antes de tudo incompatível com este limite da vida. Caso fosse esse realmente o propósito de todo colecionador: o de tão somente possuir e preservar a maior quantidade possível de objetos relacionados a um único tema. Não o sendo, ou ainda exatamente dizendo, buscando a perpetuação de si mesmo através de seus objetos, a existência da morte termina sendo antes disso solucionada pelo acúmulo de tudo aquilo que um colecionador foi capaz de reter e perpetuar:

Tudo nos indica, portanto, que a consciência da morte que emerge no *sapiens* é constituída pela interação de uma consciência objetiva que reconhece a mortalidade e de uma consciência subjetiva que afirma senão a imortalidade, pelo menos uma trasmortalidade. Os ritos da morte exprimem, reabsorvem e exorcizam, ao mesmo tempo, um trauma que provoca a idéia de aniquilamento. Os funerais – e isto em todas as sociedades sapienciais conhecidas – traduzem, ao mesmo tempo, uma crise e uma ultrapassagem dessa crise, por um lado, a dilaceração e a angústia, por outro lado, a esperança e a consolação. Tudo nos indica, por conseguinte, que o *homo sapiens* é atingido pela morte como se por uma catástrofe irremediável, que ele vai levar em si uma ansiedade específica, a angústia ou o horror da morte, que a presença da morte se torna um problema vivo, isto é, que afeta sua vida. Tudo nos indica, igualmente, que esse homem não só recusa essa morte, mas também que a rejeita, que a vence, que a soluciona no mito e na magia.¹⁴³

¹⁴² BLOM, **op. cit.**, p. 232.

¹⁴³ MORIN, Edgar. **O enigma do homem**. Rio de Janeiro: Zahar, 1975. p. 103.

Ao que tudo indica, são raros os casos de colecionadores ou fãs não empenhados numa organização e conservação sistemáticas de seus acervos, ainda que a definição dessas ações possa variar de caso para caso. Freqüentemente esse obsessivo esforço em classificar, organizar, conservar, etc, todos os elementos da coleção parece concorrer, como no acima citado caso de *Sir Thomas Phillipps*, com o próprio objetivo de aumentar a coleção. Dito de outro modo e utilizando o mesmo exemplo, um livro ou um manuscrito se apresentam inicialmente interessantes em função da finalidade com que foram produzidos (seus conteúdos e o que estes pudessem apresentar de relevante). Num segundo momento, em função da urgência de outro objetivo – acumular a maior quantidade possível de tudo que possa se relacionar ao assunto – o interesse pelos conteúdos e usos originais do objeto tornam-se secundários. O posterior esforço feito no sentido de classificar, organizar e conservar todo o conjunto não parece ser senão um desenvolvimento lógico da própria atividade do aficionado.

O fato, não muito freqüente, do acervo de um colecionador encontrar-se disperso e desorganizado não parece significar, muitas vezes, a inexistência de algum princípio organizador. Ou mesmo que a idéia de organizar tudo sob os mais diversos critérios tenha sido abandonada. Do mesmo modo que “o objeto mais precioso de uma coleção vem a ser o objeto seguinte”, a forma ideal de organização de todas as coisas que constituem uma coleção vem a ser, muitas vezes, sua forma futura. Antecedendo este momento, tais objetos aguardarão o dia em que serão classificados em função dos mais prováveis e improváveis princípios: raridade, cronologia, origem, valor, autenticidade, estado de conservação, etc. O fato de uma coleção não ter sido ainda organizada e classificada é talvez, do ponto de vista de um colecionador, uma idéia ainda mais tentadora: na medida em que permite ao mesmo se decidir sobre qual ordem desejará dar, no futuro, a um mundo que foi criado por obra de seu exclusivo desejo.

Nenhum entrevistado se revelou indiferente a respeito desse aspecto, elemento central naquilo que se refere aos mais profundos vínculos existentes nessas relações entre indivíduos e objetos. Curiosamente isso só

pôde ser percebido quase que por acaso,¹⁴⁴ talvez mesmo em função dos critérios de ordenamento e classificação utilizados por cada aficionado não serem muito habituais (e, assim, não percebidos pelo pesquisador como coisas que possuíssem essa natureza). Casos como o da biblioteca de Sir Thomas Phillipps são emblemáticos nesse sentido: muitas vezes a morte – elemento normalmente fundamental na vida de um não aficionado – poderá ser considerada pelo aficionado como sendo apenas um “detalhe” em relação à existência da coleção. À partir de determinado momento, e em função dos vínculos que vão se estabelecendo entre o colecionador e seus objetos, deixa de ser relevante saber se haverá tempo para ler tantos livros, tempo para dirigir tantos carros ou mesmo vida para saber o que fazer com tantos objetos após a morte.

Em certo sentido, colecionar é classificar o mundo. Não por acaso são freqüentes casos de colecionadores que demonstram encontrar um interesse muitas vezes maior na organização e sistematização de seu acervos que na apreciação de cada elemento em particular. Tais atividades, menos indicativas do zelo com que o aficionado administra seu acervo, encontram-se aparentemente relacionadas ao controle e precisão que o reordenamento feito ao livre sabor do aficionado confere ao mesmo:

Tais noites ardentes e febris, ele as passava com seus livros. Circulava entre suas estantes, percorria as galerias de sua biblioteca com êxtase e encantamento; depois detinha-se, com os cabelos em desordem, os olhos fixos e faiscantes, as mãos trêmulas ao tocar a madeira das prateleiras: que eram quentes e úmidas.

Apanhava um livro, folheava suas páginas, manuseava seu papel, examinava suas douraduras, a capa, os tipos, a tinta, as dobras, e o arranjo dos desenhos para a palavra *finis*; depois, trocava-o de lugar, colocava-o numa prateleira mais alta, e permanecia horas inteiras a observar-lhe o título e a forma.

Dirigia-se, a seguir, para os manuscritos, pois eram seus filhos preferidos; apanhava um deles, o mais velho, o mais gasto, o mais sujo, contemplava o pergaminho com amor e júbilo, cheirava-lhe o santo e

¹⁴⁴ Ao ler parte das anotações do pesquisador um dos entrevistados (que aparentemente não demonstrava qualquer preocupação em relação à distribuição absolutamente caótica de seu acervo de HQ pela casa) comentou que, de fato, seu maior e mais ambicioso projeto era o de um dia guardar todo esse material de acordo com determinado projeto, num cômodo específico de sua residência, utilizando móveis especiais, etc.

venerável pó, e suas narinas se inflavam de alegria e de orgulho, um sorriso assomava à sua boca.

Oh! ele era feliz, esse homem, feliz em meio a toda essa ciência cujo alcance moral e valor literário mal penetrava; era feliz, sentado entre todos esses livros, passeando os olhos sobre as letras douradas, sobre o pergaminho desbotado; amava a ciência como um cego ama o dia.¹⁴⁵

Do ponto de vista de um fã de filmes de *western*, a construção dos mais diversos “mapas classificatórios”, nos quais possam ser localizadas as origens do gênero, seus principais nomes, números e datas de toda ordem apresenta-se como algo absolutamente fundamental. Tão importante talvez quanto possuir a maior quantidade possível de filmes de *western*, seria, nesse sentido, possuir a classificação absoluta do gênero, pelo fato de que, mais talvez que a posse, a classificação absoluta de um mundo parece fornecer a um aficionado maiores garantias de que tudo encontra-se, afinal, sob seu absoluto controle. Ainda que a idéia e o fascínio central de toda coleção esteja relacionado ao fato de se constituir num mundo isento de conflitos e impossibilidades, ainda assim, em determinado momento todo colecionador terá de se haver com algum tipo de limite, colocado, por exemplo, por uma peça irremediavelmente perdida, pela morte do ídolo, ou, mais freqüentemente, pelo passar dos anos e a impossibilidade de aquisição de muito mais daquilo que se quis obter. Como contraponto desta descoberta quase inevitável, a classificação desse universo conhecido de coisas parece acrescentar à coleção aquilo que já parecia perdido: controlar seus limites, reordenar seu conjunto sob os mais diversos critérios, hierarquias, cronologias, tipos, origens, etc. Tratar-se-ia, talvez, da idealização de um mundo já por sua vez construído como ideal; a garantia, extra, de que tudo se encontraria no lugar em que o colecionador gostaria que estivesse.

Mesmo no caso de aficionados por quadrinhos, em geral não muito preocupados com a coleção sistemática de números e edições, a preocupação com a classificação dos muitos aspectos envolvidos no mundo das HQ – fases relacionadas a cada roteirista, editoras, “arco de histórias”, cronologias, etc – possui grande importância. O “mapeamento” desses espaços, assim tão estáveis e reconhecíveis, parece oferecer ao fã o domínio

sobre aquilo que ainda poderia lhe escapar ao controle. Da mesma forma que, pelo menos em tese, toda e qualquer coisa poderia ser colecionada, cada objeto ou personalidade poderia vir a ser classificado e examinado sob perspectivas quase que infinitas. O espantoso volume de informações contidas na *home-page* do Omnibus do Brasil,¹⁴⁵ poderia exemplificar esse procedimento. Mesmo entre os sócios não envolvidos na construção e atualização da mesma, habilidades como a de elaborar longas planilhas manuscritas, relativas aos modelos e veículos que se encontram ou não circulando no sistema de transporte da cidade de Curitiba parecem confirmar essa necessidade de “controle platônico” do objeto cultuado.

Um dos casos mais emblemáticos desses procedimentos que misturam classificação e controle é, certamente, o dos membros da Frota Estelar Brasil. Nesse caso, vários níveis de classificação encontram-se sobrepostos, estando o próprio tema cultuado – o conhecido seriado americano “Jornada nas Estrelas” – organizado sob a forma de série e fases, com personagens permanentes e eventuais, inimigos e aliados, cronologia real e utilizada pela série, etc. Sobreposto ao universo estético e ficcional criado pelo próprio seriado, outro universo terminará sendo construído pelos fãs: elaboração de *home-pages*, promoção de encontros, venda de uniformes, palestras com os atores da série original, etc. E, principalmente, o reordenamento e classificação, sob os mais diversos critérios, de tudo aquilo que se encontra contido nos muitos episódios do seriado.

Em termos de seu característico “fechamento” e das regras que presidem os muitos campos do colecionismo, é notável a semelhança dos mesmos com a idéia de jogo. As observações de Johann Huizinga a respeito das principais características do jogo – entendido como fenômeno cultural – parecem se aplicar, de fato, aos mundos criados por colecionadores e aficionados:

Seja como for, para o indivíduo adulto e responsável o jogo é uma função que facilmente poderia ser dispensada, é algo supérfluo. Só se torna uma necessidade urgente na medida em que o prazer por ele provocado o transforma numa necessidade. É possível, em qualquer momento, adiar ou suspender o jogo.

¹⁴⁵ FLAUBERT, **op. cit.** pp. 19 e 20.

¹⁴⁶ Disponível em: <<http://www.omnibus.hpg.ig.com.br>>. Acesso em: 14 jun. 2004.

Jamais é imposto pela necessidade física ou pelo dever moral, e nunca se constitui uma tarefa, sendo sempre praticado nas “horas de ócio”. Liga-se a noções de obrigação e dever apenas quando constitui uma função cultural reconhecida, como no culto e no ritual. (...) Chegamos, assim, à primeira das características fundamentais do jogo: o fato de ser livre, de ser ele próprio liberdade. Uma segunda característica, intimamente ligada à primeira, é que o jogo não é vida “corrente” nem vida “real”. Pelo contrário, trata-se de uma evasão da vida “real” para uma esfera temporária de atividade com orientação própria. (...)

Reina dentro do domínio do jogo uma ordem específica e absoluta. E aqui chegamos a sua outra característica, mais positiva ainda: ele cria ordem e é ordem. Introduz na confusão da vida e na imperfeição do mundo uma perfeição temporária e limitada, exige uma ordem suprema e absoluta: a menor desobediência a esta “estraga o jogo”, privando-o de seu caráter próprio e de todo e qualquer valor.¹⁴⁷

E ainda:

No que diz respeito às características formais do jogo, todos os observadores dão grande ênfase ao fato de ser ele desinteressado. Visto que não pertence à vida “comum”, ele se situa fora do mecanismo de satisfação imediata das necessidades e dos desejos e, pelo contrário, interrompe este mecanismo. Ele se insinua como atividade temporária, que tem uma finalidade autônoma e se realiza tendo em vista uma satisfação que consiste nessa própria realização. (...)

O jogo distingue-se da vida “comum” tanto pelo lugar quanto pela duração que ocupa. É esta a terceira de suas características principais: o isolamento, a limitação. É “jogado até ao fim” dentro de certos limites de tempo e de espaço. Possui um caminho e um sentido próprios.¹⁴⁸

De fato, todas as práticas de colecionismo possuem grande semelhança com a estrutura de um jogo, estando presentes em si as principais características deste. Ainda que implícitas, todos os espaços criados em torno da devoção a algum tema ou objeto encontram-se regidos por um conjunto de regras, relativas ao que é lícito e ilícito fazer, aos limites dentro dos quais são válidas, à hierarquia do grupo, etc. Da mesma forma, podem ser encontrados nesses espaços todos os elementos do jogo: o fato de se constituírem numa atividade livre, materialmente “desinteressada”,

¹⁴⁷ HUIZINGA, **op. cit.**, pp. 10-13.

¹⁴⁸ HUIZINGA, **op. cit.**, pp. 11 e 12.

deslocada da vida cotidiana e possuindo uma ordem de funcionamento própria, além de possuir isolamento espacial e temporal nítidos. Entre fãs de filmes de *western* (como em qualquer outro grupo de aficionados), a pouca importância atribuída à atividade principal ou condição social de cada membro indica, antes de mais nada, o caráter “desinteressado” da própria atividade do grupo: caso um dos membros resolvesse abandonar sua condição de aficionado e passasse a vender filmes e material relativo ao mundo do *western*, muito provavelmente viria a ser afastado (“oficialmente” ou não) do grupo. De modo semelhante, como num jogo, todo “culto” organizado em torno de determinado tema ou objeto implica um recorte no tempo e no espaço suficientemente nítido, de modo a não deixar seus “jogadores” em dúvida a respeito de quais objetos, meios, procedimentos, etc, são considerados válidos ou não. Alguns campos, nesse sentido e pela própria natureza de seus temas, poderiam ser considerados menos “complexos”: os tradicionais ramos da filatelia e numismática, bicicletas, maços de cigarro, etc. Outros, mesmo possuindo objeto e “estrutura organizacional” aparentemente imprecisos, como o campo dos aficionados por quadrinhos,¹⁴⁹ possuem limites igualmente nítidos, tacitamente aceitos e perfeitamente identificáveis por seus membros.

A base dessa semelhança entre jogo e colecionismo parece residir no elemento lúdico que caracteriza ambos os campos. Retirados da vida “real”, os muitos espaços do jogo e os quase infinitos espaços do colecionismo se sustentam, antes de tudo, na recriação de mundos materialmente desinteressados, tempo e espacialmente isolados, e logicamente diferenciados. Em outras palavras, em função do acesso a uma outra ordem de realidade que oferecem aos seus praticantes, tão satisfatória e controlável quanto apenas poderia ser a idéia de jogo ou coleção.

No que diz respeito à incômoda figura dos “curiosos e adventícios”, todos os grupos de aficionados parecem possuir meios capazes de evitar sua

¹⁴⁹ De fato, o campo dos quadrinhos “adultos” apresenta-se, nesse aspecto, bastante peculiar. Sintomático da postura de muitos grupos que se posicionam como corpo de “iniciados” seria, por exemplo, a própria indefinição a respeito de como nomear um aficionado por quadrinhos. A resposta de um aficionado a esse respeito é bastante esclarecedora: para o grupo essa simplesmente não é uma questão relevante; não sendo necessário, àqueles que realmente entendem de quadrinhos, possuir um nome que caracterize seu gosto.

aproximação ou permanência no meio. Ainda que sua presença não coloque em risco a integridade do grupo, termina por se apresentar como um elemento herético em relação ao objeto ou tema e, nesse sentido, intolerável. Johan Huizinga, observa algo semelhante em relação aos diferentes papéis exercidos, no jogo, pelas figuras do “desmancha-prazer” e do jogador desonesto. O maior grau de tolerância reservado ao comportamento deste último parece se relacionar ao fato de, ainda que empenhado em trapacear, sua prática não invalida explícita e publicamente as regras do jogo; não colocando em risco, portanto, a existência do mesmo. No caso do “desmancha-prazer”, sua atitude de ignorar as regras do jogo termina por “sabotar” o próprio jogo. Observa ainda o autor um interessante paralelo entre a figura do “desmancha-prazer” (como elemento insatisfeito com as regras do jogo) e os diversos fundadores de outros “jogos”:

Todavia, freqüentemente acontece que, por sua vez, os desmancha-prazeres fundam uma nova comunidade, dotada de regras próprias. Os fora da lei, os revolucionários, os membros das sociedades secretas, os hereges de todos os tipos têm tendências fortemente associativas, se não sociáveis, e todas as suas ações são marcadas por um certo elemento lúdico.¹⁵⁰

Não por acaso tais grupos (“os fora da lei, os revolucionários, os membros das sociedades secretas, os hereges de todos os tempos”) facilmente poderiam ser também classificados como grupos de aficionados. No caso específico de fãs e colecionadores, tais conteúdos lúdicos encontram, naturalmente, um campo de desenvolvimento totalmente favorável, não necessitando serem revestidos de maiores disfarces de seriedade. Mesmo nos grupos cujo padrão organizacional poderia ser considerado semi-profissional, como no caso do Omnibus do Brasil e da Frota Estelar Brasil, o elemento lúdico cumpre considerável papel. Desde que “piamente” relacionadas ao objeto de culto – sendo esta uma das “regras” do jogo – as mais diversas manifestações poderão se fazer aí presentes: apreciação de desenhos, maquetes de papel ou ônibus em miniatura; roupas de tripulantes, orelhas de alienígenas ou cartões magnéticos identificando os membros do grupo, etc. Exatamente por motivos dessa ordem, entrevistar ou conversar com um colecionador ou fã sob outra perspectiva que não seja a

¹⁵⁰ HUIZINGA, **op. cit.**, p. 15.

de seu próprio universo apresenta-se como coisa desprovida de sentido. Assim como (normalmente) nenhum jogador de xadrez vê sentido em alterar os movimentos que no jogo correspondem a cada peça (mesmo podendo livremente fazê-lo), também um aficionado não verá qualquer razão para pensar a respeito de seu próprio objeto que não seja utilizando a perspectiva dentro da qual o mesmo se encontre (ludicamente) definido.

Nesse sentido e em grande medida, uma investigação a respeito dos diversos espaços criados em devoção a algum objeto ou tema implica, por parte do pesquisador, um necessário conhecimento a respeito das “regras” que os orientam. Se, por uma lado, a única linguagem comum e possível de ser utilizada entre as partes é a linguagem do aficionado, por outro, à semelhança de um intérprete, a figura do fã ou colecionador que, por qualquer motivo, é capaz de pensar a própria atividade dentro de uma perspectiva externa apresenta-se como uma rara oportunidade de acesso a muitas informações. Sua posição é, nesses raros casos, a mesma de um jogador capaz de transitar simultaneamente entre a “irrealidade” do jogo e a interpretação “realista” de suas regras.

* * *

As relações entre o consumo de fãs e colecionadores e outras formas convencionais de consumo encontram-se relacionadas em um sentido paradoxal. Uma das hipóteses de trabalho caracterizava o consumo de colecionadores e fãs como sendo uma prática de consumo direcionada a um único objeto ou tema e levada a seu paroxismo. Se o consumidor convencional encontra-se ocupado em adquirir um produto dentro de certos graus de indiferença e descompromisso, o consumo de fãs e colecionadores se caracteriza pelo fato de consumirem, por assim dizer, integralmente todo e qualquer produto que dessa forma se encontre definido. De fato – e talvez resida aí o traço profundamente romântico de todas as formas de aficionismo – um colecionador de automóveis (ou qualquer outro aficionado) buscará dar sentido a tudo aquilo que se refira a um determinado tipo de veículo; apenas secundariamente estará interessado no conjunto de características que normalmente costumam motivar os não aficionados na compra de um automóvel.

Contudo, o fato de colecionadores e fãs encontrarem-se empenhados no consumo integral de seus objetos e temas não significa terem sido absorvidos pela lógica de mercadoria do próprio tema ou objeto. Em outras palavras, não significa consumir um objeto na forma como o mesmo foi, por exemplo, apresentado por seus fabricantes e pela publicidade. Na quase totalidade dos casos (as exceções ficam por conta das chamadas coleções de *naturalia*: aves empalhadas, conchas do mar, etc) são colecionados objetos ou temas que um dia foram (e em muitos casos ainda são) industrialmente produzidos e distribuídos dentro de princípios semelhantes. Não obstante a serialidade e controle que marcam a produção de todos esses objetos, toda a prática de fãs e colecionadores termina por promover uma recriação dos mesmos. Mais que isso, tal recriação desses objetos guarda pouca relação com os propósitos dentro dos quais foram produzidos e colocados no mercado. Um colecionador de jipes americanos, mesmo conhecendo o uso para o qual o veículo foi projetado, os colecionará por conta de muitos outros motivos (incluindo este próprio). Caso seu interesse e sua interpretação coincidissem com os objetivos do fabricante não seriam necessários, naturalmente, dezenove veículos. Tanto quanto muitos outros aficionados, um colecionador de jipes reinventa seu objeto de devoção na medida em que o mesmo é consumido dentro de outra finalidade, sob outros critérios de avaliação, num período em que já não é mais produzido, etc. Nesse sentido, nem mesmo estará consumindo exatamente um jipe Willys, pelo simples fato do mesmo ter sido produzido visando um uso diversamente específico, e não sua conservação, sua “fruição” estética, sua associação com um estilo de vida, etc. Um aficionado por quadrinhos busca, nos vastos espaços desse campo, menos que uma fonte descartável de entretenimento, um mundo dentro do qual possam ser estabelecidas as mais variadas relações estéticas, narrativas e, junto a outros aficionados, de sociabilidade. Um integrante da Frota Estelar Brasil, longe de se constituir no estático telespectador que, em 1968, assistiu aos primeiros episódios da série, produz uma ampla reinterpretação do próprio seriado, associando-lhe detalhes de produção e especulações de ordem científica que dificilmente poderiam estar presentes em sua recepção original.

Se, contemporaneamente, predominam coleções e clubes de aficionados ligados a objetos ou temas industrialmente produzidos, tal se deve,

possivelmente, tanto ao fato de serem esses os objetos predominantes do nosso tempo, quanto ao modo como passaram a ser produzidos e distribuídos. O advento da produção em série encontra-se diretamente relacionado tanto ao surgimento das coleções de “coisas comuns” quanto ao surgimento dos primeiros fã-clubes. No caso dos últimos, o intenso desenvolvimento da indústria cultural parece ter sido condição necessária ao surgimento, no início do século passado, dos primeiros clubes dedicados ao “consumo” de tudo quanto pudesse estar relacionado à uma personalidade inscrita nos meios de comunicação de massa. Seja como for, assim como em muitos outros campos da atividade humana, também o mundo das coleções se viu radicalmente alterado em função da produção seriada:

Foi a produção em massa que permitiu a uma grande variedade de pessoas se entregarem à fantasia, inundando o mundo com uma multidão de coisas baratas. Foi o momento de democratização do ato de colecionar. Enquanto a moda da *naturalia* e da *artificialia* exigia boas relações e dinheiro para adquirir espécimes exóticos e pássaros, pedras ou plantas, ou para comprar obras de arte, para encomendar a artistas obras originais e escavações a ladrões de túmulos, objetos produzidos em massa puderam se colecionados pelas próprias pessoas às quais se destinam: às pessoas comuns.¹⁵¹

Efeito curioso do novo contexto, a produção industrial de uma série de novos objetos irá se chocar com aquilo que sempre esteve na base de todas as coleções: a busca daquilo que fosse de algum modo singular; que, dessa forma, pudesse contribuir na elaboração de um espaço particularizado:

A graça dos artigos de consumo incessantemente produzidos tem seu lado negativo, é claro. A disponibilidade adquirida anda de mãos dadas com a perda de autenticidade, e a fome do verdadeiro, do único e do raro torna-se ainda mais forte. Colecionadores procuram edições limitadas, raros erros de impressão, primeiras edições, e objetos com defeitos interessantes justamente porque eles restabelecem sua singularidade, enquanto outros dão às costas para o mercado da produção em massa, e colecionam coisas que não são e não podem ser produzidas em massa: antigüidades e velhos pintores, conchas, borboletas. Nada, com efeito, é mais importante do que recuperar essa autenticidade, e por causa dessa fome do original sempre haverá um mercado fornecendo falsificações,

¹⁵¹ BLOM, **op. cit.**, p. 193.

coisas feitas para parecer aquilo que não são (embora elas também sejam, consequentemente, colecionadas). O colecionador e o fraudador vivem em incômoda proximidade.¹⁵²

Caso seja considerada a centralidade que a idéia de controle e domínio sobre o consumo e preservação de determinados objetos ocupa no entendimento dos mais diversos ramos de aficionismo, o grande valor atribuído a tudo que é singular ou raro poderá não parecer algo tão estranho. De fato, a singularidade dos objetos de uma coleção parecem assegurar ao seu criador um maior controle sobre os territórios que se encontram sob seu “domínio”. As reações desesperadas de alguns colecionadores que descobriram, de um momento para outro, que algumas de suas peças não eram únicas possuem maiores relações com a sensação de usurpação de poder do que com o próprio sentimento de inveja. Muitos fãs admitem o enorme desconforto sentido quando os meios de comunicação de massa reabilitaram, por algum motivo, o antigo ídolo: aquilo que até então se constituíra num conhecimento único, cultuado e compreendido por um pequeno e seletivo grupo de eleitos, deixa de sê-lo para se inscrever num mundo povoado de fãs “impuros” e desqualificados:

Vinte, talvez trinta, nunca soubemos quantos chegamos a ser porque às vezes Glenda ficava meses em um cinema ou estava ao mesmo tempo em dois ou quatro, e houve, além disso, aquele momento excepcional em que apareceu na cena para representar a jovem assassina de *Os delirantes* e seu êxito rompeu os diques e criou entusiasmos momentâneos que jamais aceitamos. Então já nos conhecíamos, muitos de nós nos visitávamos para falar de Glenda. Desde o princípio Irazusta parecia exercer um mandato tácito que nunca tinha pedido, e Diana Rivero jogava o seu lento xadrez de investigações e recursos que nos assegurava uma autenticidade total sem riscos de penetras ou tolos. O que tinha começado como associação livre alcançava agora uma estrutura de clã, e às superficiais interrogações do princípio se sucediam agora as perguntas concretas, a seqüência do tropeção em *O uso da elegância*, a réplica final de *O fogo da neve*, a segunda cena erótica de *Os efêmeros retornos*. Queríamos tanto a Glenda que não podíamos tolerar os adventícios, as tumultuadas lésbicas, os eruditos da estética. Inclusive (nunca saberemos como) deu-se por decidido que iríamos ao café às sextas quando no centro passassem um filme de Glenda, e que nos

¹⁵² BLOM, **op. cit.**, p. 193.

relançamentos nos cinemas de bairro deixariamos passar uma semana antes de nos reunir, para dar a todos o tempo necessário; como em um regulamento rigoroso, as obrigações se definiam sem erros, não acatá-las teria sido provocar o sorriso de desprezo de Irazusta ou o olhar amavelmente horrível com que Diana Rivero denunciava a traição e o castigo.¹⁵³

Do ponto de vista de um fã do grupo Roxette, o fato da dupla ser tomada por muitos como extinta (quando, na verdade, ainda mantém ativa carreira na Europa e EEUU) encontra-se longe de apresentar qualquer inconveniente; de seu ponto de vista, a ausência do grupo das “paradas de sucesso” termina tendo efeitos de “purificação do culto.”

Não obstante, tal como ocorre com a arte africana, estes são processos que se desenvolvem no interior de grupos pequenos e redes sociais. O objeto que para mim representa um bem herdado, é uma mercadoria para um joalheiro, e o fato de que não seja tão alheio a cultura do joalheiro se manifesta em minha disposição de eventualmente colocar preço em um objeto inestimável. Do ponto de vista do joalheiro, eu confundo dois sistemas diferentes de valores: o mercantil e o da esfera restrita de coisas particulares e pessoais, os quais convergem por casualidade no objeto em questão. Muitos dos novos “objetos de coleção” do tipo latas de cerveja encontram-se presos num paradoxo: enquanto são tratados como coisas singulares e dignas de serem colecionadas, podem ser considerados objetos valiosos e, ao serem valiosos, adquirem um preço e se transformam em mercadorias, com o que sua singularidade tende a desaparecer. Esta interpenetração de princípios mercantis e de singularização em uma só coisa é utilizada pelas empresas especializadas na produção do que se poderia chamar de “futuros objetos de coleção”, tais como as edições encadernadas em couro da obra de Emerson, os pratos decorados em baixo-relevo das pinturas de Norman Rockwell e as medalhas de prata comemorativas de acontecimentos notáveis. A respectiva publicidade é complexa: compre agora este prato aproveitando que ainda é apenas uma mercadoria, porque depois se converterá em um “objeto único de coleção”, cuja singularidade fará dele uma mercadoria de alto preço.¹⁵⁴

¹⁵³ CORTÁZAR, **op. cit.**, pp. 16 e 17.

¹⁵⁴ KOPYTOFF, Igor. *La biografía social de las cosas: la mercantilización como processo*. In: APPADURAI, Arjun (org.). **La vida social de las cosas**. Cidade do México: Grijalbo, 1991.. p. 108 e 109

Muitos aficionados costumam adotar soluções relativamente pragmáticas em relação ao problema da singularidade, imprimindo, por meio dos mais diversos critérios, um caráter único para cada coleção. Um fã de filmes de *western* poderá se especializar em filmes de “soldados e índios”, possuindo em seu acervo uma ou outra fita rara, etc. Um colecionador e aficionado por jipes eventualmente escolherá colecionar, considerando o grande número de aficionados por esses veículos, um modelo específico, importado e restrito àqueles que foram fabricados no ano de 1951. Um fã de seriados americanos das décadas de 60 e 70 poderá não demonstrar grande interesse pelo mais conhecido e cultuado seriado americano do período (“Jornada nas estrelas”), preferindo “mil vezes mais” outro seriado, menos conhecido mas, do seu ponto de vista, muito mais significativo.¹⁵⁵ Por sua vez, os fãs de “Jornada nas estrelas” resolverão o problema de se distinguirem uns dos outros por meio de uma abordagem peculiar da série, da admiração por algum personagem em particular ou mesmo no fértil campo do desenvolvimento das muitas especulações e pressupostos científicos presentes na série.

A busca pelo singular e autêntico parece assim se manter, mesmo como o passar dos séculos, como algo fundamentalmente importante para todo e qualquer aficionado. O início da produção em massa só fez tornar mais criativos e inesperados os critérios de construção das muitas coleções que dessa forma surgiram. Se, como foi demonstrado, uma das características mais evidentes presentes nas práticas contemporâneas de aficionismo se liga à reinvenção dos respectivos temas e objetos cultuados, nada talvez de muito diferente ocorresse entre outros colecionadores, séculos atrás, empenhados não apenas na coleção de “animais estranhos” e “espécimes raras” como também em sua invenção, reinvenção ou descoberta:

Uma bastonada na cabeça foi suficiente. Que criatura era aquela, é impossível saber. Talvez um lagarto grande e raro. Aldrovandi fez o que se esperava que fizesse qualquer um em seu lugar: preservou o dragão e escreveu a *Dracologia*, uma história dos dragões em latim, em sete volumes. É um tratado científico, que procura explicar o fenômeno como fato natural, não em termos metafísicos ou religiosos. O animal, escreveu ele, ainda não atingira a maturidade, como mostravam suas garras e seus dentes mal desenvolvidos. Movimentava-se, supunha ele, deslizando como uma

¹⁵⁵ No caso, o seriado “Túnel do tempo” (ver nota 90, página 70).

cobra, com a ajuda de duas pernas. O cadáver tinha um dorso volumoso e uma longa cauda, de mais ou menos sessenta centímetros.

Partes do museu de Aldrovandi sobreviveram até os nossos dias e estão no Museo di Storia Nationale, no Palazzo Poggia, em Bolonha. Poucos turistas o visitam, e as salas com painéis de madeira e armários brancos são relegadas ao silêncio a maior parte do tempo. Dois crocodilos secos na parede observam os ovos de pássaros, os estranhos chifres, as pedras, as plantas e os volumes eruditos. Apenas a iluminação fluorescente faz lembrar que quatro séculos se passaram. O dragão, agora desaparecido, fez parte da exposição.¹⁵⁶

Tais figuras e objetos – dragões, chifres de unicórnios, bezoares¹⁵⁷ – coisas reais e irreais, imaginadas ou reinventadas, se inscreviam na ordem do mundo setecentista com uma naturalidade próxima daquela que seria possível encontrar em muitas das mais extravagantes coleções atuais. Tanto quanto contemporaneamente, os objetos das antigas coleções não deixavam de ser também objetos reinventados e redefinidos sob os mais diversos e imaginativos critérios.

Uma questão fundamental naquilo que diz respeito à relação existente entre as práticas de fãs e colecionadores e aquelas presentes no campo do consumo convencional refere-se à proximidade e natureza das mesmas. O suposto de que as últimas possuiriam um caráter fundamentalmente prático e racional poderia se constituir em algo tão relativo quanto, por exemplo, a freqüentemente associada compulsão associada ao comportamento de colecionadores e fãs. Tanto quanto os muitos mundos do consumo “de uma coisa só”, também o moderno consumismo parece se apresentar como “uma relação muito misteriosa com a propriedade, sobre a qual algumas palavras ainda devem ser ditas mais tarde”.¹⁵⁸ Nesse sentido, a lógica presente nas ações de fãs e colecionadores poderia ser entendida como exacerbação de atitudes presentes em espaços convencionais de consumo. O que parece existir sob forma de excesso entre aficionados – práticas de classificação, redefinição dos próprios objetos, sociabilidade, etc – parece encontrar

¹⁵⁶ BLOM, **op. cit.**, p. 31.

¹⁵⁷ Material calcário que se formava no estômago de determinada variedade de cabra e considerado por muitos, no século XVI, antídoto para todo e qualquer veneno.

¹⁵⁸ BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reproducibilidade técnica. In: **Obras escolhidas - volume II**. São Paulo: Brasiliense, 1993. p. 228

correspondência nas práticas de consumo de não aficionados sob as mais diversas formas.

Assim, as relações entre o consumo de coisas comuns e o consumo de uma coisa só apresentam um sentido diverso daquele contido numa das hipóteses de trabalho. Ainda que, de fato, o consumo de colecionadores e fãs possa ser considerado desenvolvimento e exacerbação de formas “convencionais” de consumo, tal prolongamento não ocorreria numa razão direta e linear. Colecionadores e fãs não representariam apenas casos de consumo automático de um único objeto ou tema. Sua relação com o consumo convencional vem a ser a de, ao reinventarem o sentido de tantos objetos e temas por meio de um consumo monotemático, não fazerem senão algo que já de algum modo encontra-se inscrito no campo do consumo convencional. Entender este último como espaço no qual o consumo de bens e serviços se constitui em práticas de contínua apropriação e redefinição permite entender o mundo de fãs e colecionadores como campo no qual tais traços de reinvenção do objeto encontram-se desenvolvidos em maiores proporções. Como observa Marshall Sahlins, o consumo, mesmo entendido como parte do processo de produção, possui um sentido que não se esgota numa finalidade prática:

Nem mesmo o capitalismo, apesar de sua organização ostensiva por e para a vantagem pragmática, pode escapar dessa constituição cultural de uma práxis aparentemente objetiva. Porque, como Marx também ensinou, toda produção, mesmo onde ela é governada pela forma-mercadoria e pelo valor de troca, continua como produção de valores de uso. Sem o consumo, o objeto não se completa como um produto: uma casa desocupada não é uma casa. Entretanto, o valor de uso não pode ser compreendido especificamente ao nível natural de “necessidades” e “desejos” – precisamente porque os homens não produzem simplesmente “habitação” ou “abrigos”: eles produzem unidades de tipos definidos, como uma cabana de camponês ou o castelo de um nobre. Essa determinação de valores de uso, um tipo específico de construção habitacional como tipo específico de lar, representa um processo contínuo de vida social na qual os homens reciprocamente definem os objetos em termos de si mesmos e definem-se em termos de objetos.¹⁵⁹

¹⁵⁹ SAHLINS, Marshall. **Cultura e razão prática**. Rio de Janeiro: Zahar, 1988. p. 188.

Talvez seja simplesmente impossível pensar o espaço do consumo sob um único “princípio de funcionamento”. Tratar-se-ia sempre de um campo completamente relativo a, por exemplo, qual período histórico, quais grupos e quais objetos. Algo que é, ao mesmo tempo, completamente básico à ação humana: qualquer ato de consumo equivale aos meios que os indivíduos buscam obter a fim de se manterem vivos em diversos níveis.¹⁶⁰ Entre os extremos dessas ações, o consumo do alimento estritamente necessário à sobrevivência e o de automóveis cujo valor não raro alcança a casa dos sete dígitos, poderão, segundo a perspectiva adotada por cada consumidor, contribuir significativamente para manter um padrão de vida considerado “aceitável”. Em todos os casos, porém, seria igualmente impossível e temerário se falar de um consumo perfeitamente congruente ao sistema que o produziu: cada período histórico, cada grupo e cada objeto parecem trazer ou carregar consigo amplos limites dentro dos quais objetos-parte-do-processo-de-produção são transformados em objetos-consumidos-como-outro-tipo-de-coisa. Desde o simples consumo do alimento que, preparado de um outro modo se transforma em prato típico, até a mais deliberada e cerebral transformação de dedais de costura em objetos de uma coleção, só muito raramente o consumo de algum produto realizaria o sonho daqueles que se encarregaram de produzi-lo e comercializá-lo: o de ser consumido sempre, intensa e tão somente em função das características que o definiram como mercadoria. Salvo por esse “detalhe”, relativo à capacidade do consumidor possuir a faculdade de reinterpretar todos os objetos que a indústria de consumo lhe oferece, boa parte da vasta literatura relativa ao “comportamento do consumidor” poderia ser bem mais seriamente considerada. Como exemplo do componente não racional e imprevisto relacionado ao consumo, o insólito caso do lançamento de um cigarro sem fumaça é bastante significativo:

A R.J.R. Nabisco lançou em 1988 um novo cigarro que não expelia fumaça, tinha baixo teor de nicotina e uma inovação tecnológica que praticamente não soltava fumaça. Enfim, não queimava como os outros; tinha um funil de metal que não se consumia e a queima se

¹⁶⁰ É o caso de notar que a muito relativa definição a respeito daquilo que vem a ser “se manter vivo” é construída pelo próprio indivíduo: um colecionador naufrago pode considerar mais importante impedir suas peças de irem parar no fundo do mar que obter um colete salva-vidas...

dava dentro deste funil. O fumante não o via queimando nem sabia se estava no fim e não soltava fumaça.

(...) a empresa considerava que a escolha e o consumo do cigarro tinham um fundo racional e que um apelo racional seria um estímulo suficiente de mudança. Como ficou claro pelas entrevistas, o ritual de fumar tem aspectos não racionais que determinam a pouca importância dada ao fato lógico da não-existência da fumaça. Como vimos nos capítulos iniciais, os hábitos relacionados a consumo de produtos nocivos não são modificados por apelos lógicos.¹⁶¹

Não são raros os casos de produtos lançados em função de toda sorte de pesquisas de mercado e publicidade, resultam em estrondoso fracasso de vendas. Bem como, em sentido inverso, produtos que alcançaram um sucesso totalmente imprevisto de vendas por força do modo como foram reinterpretados pelo público (e que nem sempre vinha a ser constituído por seu chamado “público alvo”). Como uma das explicações possíveis para tais casos, a existência de um inapreensível quociente de autonomia presente nas ações dos grupos aos quais tais conteúdos e produtos se dirigem. Ainda que compreender o funcionamento dos espaços criados por fãs e colecionadores não implique compreender o mundo do consumo convencional, ainda assim e por meio desse conhecimento seria possível ter acesso ao campo do consumo como espaço marcado por inúmeras rationalidades. Em outros termos, muitas das práticas ostensivamente presentes no campo do colecionismo poderiam dessa forma ser encontradas no campo do “consumo convencional”.

Da perspectiva de um colecionador ou de um fã, tudo aquilo que diz respeito ao seu objeto ou tema encontra-se carregado de sentido. Paralelo ao estudo e à aquisição de um conhecimento específico a respeito do objeto eleito, todo aficionado desenvolverá como que uma ciência particular, um modo de se “relacionar” com o objeto orientado por critérios de recepção totalmente significativos. Em outros termos, tudo no objeto e tudo que se refira aos procedimentos diante desse objeto passa a ter um sentido preciso e determinado. Se em alguns campos tais procedimentos são bastante evidentes, em outros poderão adquirir formas muito variadas. Aficionados por quadrinhos costumam (dentro de um hermetismo lingüístico que lhes é

¹⁶¹ GIGLIO, Ernesto M. **O comportamento do consumidor**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003. pp. 175-177.

próprio) definir uma série de situações por meio de diálogos curtos, repletos de alusões e referências que só poderão ser “decifradas” (ou traduzidas) por outros aficionados em quadrinhos. E, tanto quanto quaisquer outros fãs ou colecionadores, estabelecerão sentido a cada objeto em função de critérios construídos e considerados válidos dentro do grupo. Desta forma, determinada edição, considerada muito acima da média, receberá um tratamento quase que ceremonial por parte do aficionado: mantê-la dentro da embalagem original (mais conhecido entre os aficionados como “case”), não abrir as páginas num ângulo muito elevado visando preservar o material em bom estado, etc. No caso de um fã de filmes e quadrinhos de *western* todo e qualquer detalhe relacionado ao tema é também significativo: diferenças mínimas relacionadas às diferentes versões de um mesmo título, detalhes relativos à filmografia, armas utilizadas, etc. Tanto quanto em relação a outros aficionados, a “eleição” do conjunto de coisas e detalhes a serem considerados relevantes é internamente construída pelo grupo: muito daquilo que é, por exemplo, tido como notável pela crítica cinematográfica especializada – atuação do ator principal em filmes de outro gênero, relações entre produção e estúdio, etc – possui importância apenas residual entre os aficionados do gênero. Os aficionados por objetos costumam fornecer os exemplos mais conclusivos a respeito dessa sobre-atribuição de sentidos: um aficionado por motocicletas não apenas saberá o nome de todas as (muitas) peças que compõem um desses veículos como também perceberá enormes diferenças entre detalhes que dificilmente seriam percebidos por um “leigo”.

Capítulos inteiros poderiam ser escritos a respeito dos quase intermináveis detalhes que costumam estar envolvidos em qualquer gênero de aficionismo e relacionados à significação de objetos e temas. A descrição feita por Clifford Geertz a respeito da briga de galos em Bali, freqüentemente analisada sob a perspectiva da pesquisa etnográfica, revela procedimentos e práticas que, em sua essência, nada diferem dos gêneros “ocidentais” de aficionismo.

No pátio doméstico, um local cercado de altas paredes onde as pessoas vivem, os galos de briga são mantidos em gaiolas de vime, freqüentemente mexidas para que haja um equilíbrio ótimo entre o sol e sombra. Eles são alimentados com uma dieta especial, que varia um tanto de acordo com as teorias individuais, mas que consiste principalmente em milho, peneirado para

remover as impurezas com muito mais cuidado do que quando se trata da alimentação dos simples humanos, e que é oferecido ao animal grão por grão. Eles são banhados com a mesma preparação ceremonial de água morna, ervas medicinais, flores e cebolas com a qual as crianças são banhadas e, quando se trata de um galo premiado, tantas vezes quanto as crianças. Suas cristas são cortadas, sua plumagem preparada, suas esporas aparadas e suas pernas massageadas, e eles são inspecionados à procura de manchas com a mesma concentração de um mercador de diamantes.¹⁶²

Ou ainda:

Encenada e reencenada, até agora sem um final, a briga de galos permite ao balinês, como a nós mesmos, ler e reler *Macbeth*, verificar a dimensão de sua própria subjetividade. Na medida em que assiste a uma luta após a outra, com a assistência ativa de um proprietário e de um apostador (pois a briga de galos não tem maior interesse como esporte para o simples espectador do que o *croquet* ou a corrida de cães), ele se familiariza com ela e com o que ela tem para transmitir-lhe, da mesma forma que o ouvinte atento de um quarteto de cordas ou o apreciador absorto de uma natureza morta torna-se aos poucos familiarizado com eles de maneira tal que eles também abrem sua subjetividade para ele mesmo.¹⁶³

Tais formas de comunicação entre os aficionados – codificadas, imprecisas, repletas de alusões e referências – terminam definindo, para o grupo, diversos protocolos estéticos e operacionais; limites dentro e de acordo com os quais alguns elementos e não outros poderão vir a ser admitidos, admirados, extrapolados, etc. Como num jogo, tais regras estabelecem os limites a serem compartilhados entre os participantes. Como este, algo que jamais se esgota, que volta sempre a si mesmo; que, assim, aponta para um mundo idealmente perfeito:

Como em geral ocorre com “universos fechados”, o mundo do futebol AM oferece aos seus iniciados – os ouvintes – características de “perfeição” e atemporalidade. Com efeito (...) o ouvinte-torcedor vive não cada jogo em particular, mas, por assim dizer, um único jogo. Pelo quanto existe de homogeneidade no radiojornalismo esportivo, tem-se a impressão de que seus acontecimentos voltam sempre a serem os mesmos por ocasião de cada jogo. Efetivamente a

¹⁶² GEERTZ, **op. cit.**, pp. 285 e 286.

¹⁶³ GEERTZ, **op. cit.**, pp. 318 e 319.

equipe que transmite os jogos é em geral a mesma; os times também são os mesmos (divididos entre os que recebem cobertura da emissora e “adversários”); as regras do jogo, o cenário (imaginado), as narrações, as análises e os próprios resultados em geral não se alteram muito. Ou seja, o mundo do futebol AM se desenvolve entre um conjunto de alternativas que, em termos de lhe alterar os sentidos mais visíveis, são bastante limitadas. Por sua vez, o caráter de imponderabilidade que marca o futebol não é senão um elemento dentro do conjunto, e nem mesmo o mais destoante. (...) Importa notar, contudo, que essa homogeneidade de circunstâncias, que faz com que continuamente os acontecimentos voltem a ser eles mesmos, que esse traço característico do radiojornalismo esportivo faz com que seus adeptos o vivenciem como um mundo que em si mesmo encerra seus principais significados, tomando-o ainda como um mundo onde o tempo transcorre em contínuo retorno e, de alguma forma, sempre serão eles mesmos. Em termos mais objetivos, dificilmente algum acontecimento externo seria capaz de alterar o mundo do futebol AM: os jogos, as narrações, os comentários e os resultados continuarão a serem os mesmos, e, enquanto o forem, serão também o conjunto de referência de todos aqueles que o vivem.¹⁶⁴

À semelhança de muitos outros campos – em relação aos quais o radiojornalismo esportivo ou a briga de galos em Bali constituem-se apenas em exemplos típicos – o fascínio que os espaços criados por colecionadores e fãs exercem sobre seus membros encontra-se ligado a esta espécie de suspensão do tempo e ao encontro da possibilidade de se viver dentro de uma ordem de acontecimentos estável e prazerosa. Ao compartilhar os mesmos conceitos, definições, interesses, etc, um grupo de aficionados encontra justamente uma forma interromper o fluxo do tempo. No caso de uma coleção, de forma mais evidente que no caso de jogos, são reduzidos os riscos de esgotamento de um tema: por terem no passado sua principal referência, dificilmente poderiam ser encontrados motivos para a desarticulação do culto. O encerramento da carreira do ídolo, o fim da produção de determinado veículo ou obstáculos de ordem semelhante normalmente fortalecem ainda mais a devoção que alguns grupos costumam dedicar a determinado tema ou objeto. 36 anos depois de produzido o último episódio do seriado “Jornada nas Estrelas” (da chamada “série clássica”),

¹⁶⁴ RIBEIRO, Fábio Viana. **O detalhe do lance: a representação do futebol no radiojornalismo esportivo.** Belo Horizonte: Faculdade de Filosofia e Ciências

seus fãs permanecem tão ou (muito provavelmente) mais entusiasmados que os primeiros telespectadores do final dos anos 60. Situação que poderia ser encontrada em relação a ainda tantos outros ídolos e tantos outros temas e objetos.

É possível suspeitar que o sentido inesgotável de todas as modalidades de aficionismo tenha menos relação com as características objetivas do próprio tema ou objeto - em função das quais foram um dia produzidos - do que com os processos utilizados por colecionadores e fãs em sua “reinvenção”. Ou seja, caso as práticas de fãs e colecionadores estivessem reduzidas ao simples consumo de temas e objetos, tal como se encontram definidos no mercado, os espaços criados em torno dos mais variados gêneros de aficionismo teriam um caráter tão efêmero quanto o de qualquer outra mercadoria. Como não, como tais objetos são consumidos dentro de outras regras de consumo, constantemente reinventadas e atualizadas, constituem a possibilidade de manutenção de uma ordem que nunca se encerra. Para a maior parte das pessoas que fumam, o sentido de existência de um maço de cigarros se esgota junto ao último cigarro. No caso de um colecionador, a atribuição de outros sentidos ao mesmo maço – estéticos, históricos, etc – fará com que o mesmo possa ser continuamente atualizado. Ou mesmo ainda no caso de um colecionador de fortes apache, que, se por ocasião da aquisição de sua primeira peça na infância não imaginava outro sentido que não fosse aquele que uma criança (mesmo muito criativa) costuma atribuir a um forte apache, poderá, em sua nova condição de colecionador, atribuir os mais diversos sentidos às mais diversas peças, estabelecer relações históricas, de raridade, qualidade, hierarquia, etc.

Tais atitudes encontram-se ligadas ao princípio de controle e elaboração de espaços à parte, característica central de toda coleção. Atribuir sentido e estabelecer um modo correto de agir para toda e qualquer situação relacionada a um tema ou objeto reflete o esforço de se obter controle sobre todo o campo construído. A própria idéia geral de coleção reflete isso, na medida em que reordena um conjunto de coisas até então espalhadas no cotidiano. Ou ainda, na medida em que redefine esse conjunto de objetos dentro de critérios, características e qualificações até então desapercebidas.

Tais características são, desse modo, tão mais visíveis quanto mais ligadas ao cotidiano. Aficionados por ônibus ilustram bem estes casos exatamente pela presença de seu objeto de interesse no espaço público: de modo semelhante a outros objetos e temas, tais veículos são “separados” do cotidiano, classificados e redefinidos em função de modelos, fabricantes, empresas que os utilizam, motorização, etc. Colecionadores de canivetes, por sua vez, estabelecerão critérios minuciosamente detalhados a respeito de como usar e conservar os mesmos (não obstante o fato de raramente um colecionador de canivetes efetivamente usar um canivete em sua função original...):

Lembre-se: cada tipo de lâmina tem uma função específica. Assim, nunca utilize uma lâmina como pé de cabra e nem tampouco tente desparafusar nada com a ponta de uma lâmina de corte. Após o uso do seu canivete, passe sempre uma flanela nas partes metálicas e depois uma fina camada de óleo para armas e ferramentas ou silicone. Nunca utilize anti-ferruginosos como WD-40 e etc devido ao solvente de grande penetrabilidade desses compostos, que servem para remover ferrugem e soltar parafusos. Ao lubrificar a lâmina, tome extremo cuidado com as áreas do fio e da ponta. Não toque desnecessariamente uma lâmina. Evite guardar seu canivete em sua bolsa ou bainha, a menos que ele esteja sempre em uso diário. Ao guardar seu canivete por período superior a um mês, não deixe que as partes metálicas fiquem em contato com materiais naturais (madeira, couros, papel, tecidos de algodão, etc). Pelo menos uma vez a cada seis meses verifique cuidadosamente as lâminas de seu canivete. Aproveite a ocasião para engraxar bainhas de couro e encerar as talas de madeira ou de chifre. Nunca tente lixar, polir ou esmerilhar seu canivete, quer seja “custom”, antigo ou comercial de qualidade. Deixe isto para empresas sérias, pois o prejuízo poderá ser maior que o benefício. Evite manusear seu canivete, mesmo que de aço inoxidável, com mãos úmidas de suor ou outros elementos químicos (solventes e etc.), porém se houver necessidade disso, após o uso lubrifique-o com uma mistura de querosene e óleo na proporção 4 para 1. E seque-o bem com um papel absorvente e depois o lubrifique com o óleo de costume.¹⁶⁵

O preciosismo destes procedimentos poderá ser encontrado, sem grande esforço de busca, em outras tantas modalidades de consumo monotemático.

¹⁶⁵ Disponível em <<http://www.canivetes.hpg.ig.com.br/conscanivetes.html>>. Acesso em: 23 fev. 2005

Mesmo entre grupos não tão ocupados na conservação do próprio objeto, como, por exemplo, os aficionados por quadrinhos,¹⁶⁶ ocorre uma atribuição de sentido a quase todos os espaços ligados ao próprio objeto. Em contraste com a frívola indiferença que o não aficionado costuma dedicar ao mundo dos quadrinhos, ao fã do gênero importará saber detalhes muitas vezes infinitesimais a respeito de cada edição, da editora, da literatura na qual cada história encontra-se baseada e toda sorte de especulações a respeito dos mais variados aspectos ligados aos seus conteúdos. Do ponto de vista de um aficionado, não há o que não possa e muitas vezes não tenha sido pensado a respeito de determinado tema ou objeto. Num primeiro momento, literalmente tudo aquilo que possa dizer respeito a filmes de faroeste interessará a um fã do gênero; apenas num momento seguinte tomará posição a respeito do valor ou interesse relativo a um filme ou publicação. Como um “pescador de pérolas” – e como tantos outros aficionados – saberá distinguir com exatidão aquilo que lhe interessa daquilo que não possui valor algum para si. Ou, o que seria dizer o mesmo, aquilo que dentro dos critérios de classificação utilizados por fãs de filmes de faroeste possui grande valor, muitas vezes não coincidindo com os critérios da crítica especializada ou público em geral. Se para estes últimos, filmes de faroeste podem, quando muito, serem alguns melhores (ou mais caros, mais interessantes, etc) que outros, para um fã do gênero (ou quaisquer outros aficionados) filmes de faroeste trazem sempre consigo a promessa de completar o sentido da vida.

Como no conto de Edgar Allan Poe, em que o personagem principal busca esvaziar o sentido de objetos comuns à custa de fixar obsessivamente sua atenção sobre os mesmos,¹⁶⁷ fãs e colecionadores percorrem caminho inverso

¹⁶⁶ Em geral os aficionados por quadrinhos não costumam, no caso do Brasil, atribuir importância muito grande aos aspectos formais desta devoção. Nos EUA, por contraste, ocorre situação oposta, sendo dedicado grande esforço na aquisição de exemplares raros, por exemplo. Tais números são normalmente vendidos dentro de uma embalagem lacrada de acrílico e acompanhados de seu respectivo certificado de autenticidade. Uma vez rompido o lacre desta embalagem, praticamente nenhum valor resta à revista.

¹⁶⁷ “Meditar infatigavelmente durante horas seguidas, com a atenção presa em algum frívolo desenho sobre a margem ou no texto de um livro; absorver-me, durante a maior parte de um dia de verão, na contemplação de uma sombra curiosa a cair obliquamente sobre o tapete ou sobre o assoalho; deixar-me ficar, uma noite inteira, a observar a chama firme de uma lâmpada ou as brasas de uma lareira; sonhar o dia inteiro com o perfume de uma flor; repetir monotonamente alguma palavra comum, até que o som, devido às repetições freqüentes, deixasse de me transmitir ao espírito

(mas nem por isso tão diferente) na medida em que procuram atribuir o máximo possível de sentido ao objeto ou tema eleitos. Não se trataria, apenas, daquilo que poderia caracterizá-los como simples especialistas, mas, principalmente e mais que isso, em agentes empenhados na descoberta de novos sentidos a serem atribuídos a um mesmo objeto ou tema. Ainda que freqüentemente um aficionado seja também um especialista a respeito de determinado assunto, sua abordagem e sua prática ultrapassam essa condição: além de eventualmente saber tudo a respeito de determinado grupo de *rock*, a verdadeira especialidade de um fã será a de haver percebido um mundo de sentidos que se ocultavam na música e no estilo do grupo; de, ao contrário do personagem de Edgar Allan Poe, haver alcançado a dimensão *revelada* do objeto. A estranheza e perplexidade com que muitas vezes as ações de fãs e colecionadores são vistas derivam, nesse sentido, não tanto de sua grande dedicação a um único tema ou objeto, mas, aparentemente, do fato de redefinirem como absolutamente incomuns e essencialmente relevantes objetos que habitualmente pouca atenção despertam entre os não colecionadores.

Ainda que não se constitua numa característica claramente ostensiva, todos os gêneros de aficionismo trazem consigo ideais de expansionismo e conversão. O uso aqui de termos e conceitos (“conversão”, “devotos”, “eleitos”, “revelação”, etc) próprios da esfera religiosa não se constitui apenas num empréstimo gratuito de vocabulário. Alguns tantos outros espaços sociais (o próprio campo religioso, da militância política, da vida acadêmica, etc) poderiam ser analisados em termos de suas práticas se encontrarem muito próximas das práticas de muitos aficionados. Seria o caso de notar que, ao contrário daquilo que ocorre no campo do “aficionismo puro” (fãs e colecionadores) os ainda mais numerosos espaços do “aficionismo aplicado” (religiosos, militantes políticos, professores, etc) encontram-se melhor adaptados ao ambiente social, possuindo a “vantagem” de serem compreendidos como campo de práticas legítimas e relevantes.

qualquer idéia; perder todo o sentido de movimento ou existência física por meio de uma absoluta imobilidade corporal, longa e persistentemente mantida – eis aí algumas das mais comuns e menos perniciosas fantasias produzidas por um estado das faculdades mentais que não era, na verdade, inteiramente sem paralelo, mas que, por

São aparentemente minoritários os casos de colecionadores e fãs não inclinados a divulgar suas coleções. Um mapa do mundo que fosse construído seguindo seus critérios, demonstraria a divisão do mesmo entre crentes e incrédulos; entre aqueles que *compreenderam* o sentido do objeto ou tema de interesse e os outros, que ainda ou nunca serão capazes de compreendê-lo. Alguns grupos de aficionados – fãs de revistas em quadrinhos, por exemplo – efetivamente se auto-interpretam como comunidade de iniciados (variando, naturalmente, os termos utilizados para tanto: “o pessoal que entende de quadrinhos”, “o povo que curte quadrinhos”, etc), concebendo os outros como aqueles que ainda não foram “tocados pela graça”. Como muitos outros espaços de aficionismo, o mundo se divide entre um “nós e eles”, entre os que crêem e os que não crêem.

Como também na esfera religiosa, a expansão da fé em determinado objeto ou tema obedece a critérios definidos pelo próprio grupo. Nem todo “gentio” encontra-se qualificado para a conversão. Em relação a estes nada poderá ser feito. Mais tensas e complexas serão, por sua vez, as relações entre a comunidade de eleitos e os candidatos à conversão: sua aptidão será avaliada tanto em função da profundidade de seus conhecimentos quanto pelos riscos de, se muito consistente, ameaçar a estrutura hierárquica do grupo. Conforme já foi anteriormente observado, colecionadores e fãs carregam consigo uma racionalidade que normalmente não lhes é associada. O fato de não se dedicarem efetivamente à nenhuma “obra missionária” tem muitas vezes a ver com a clara percepção de sua condição minoritária no mundo das crenças. Em outros, de forma igualmente racionalizada, com os riscos representados pela expansão descontrolada da *obra*. Muitas vezes, e de forma semelhante àquilo que ocorre em algumas religiões, o resultado esperado das missões enviadas a outros territórios diz menos respeito à conversão da população ímpia que ao fortalecimento da fé daqueles que foram enviados. Ou seja, mesmo que sejam freqüentes, entre muitos grupos de aficionados, a construção de projetos voltados para a divulgação de seus respectivos temas (mostras, feiras, encontros, etc), parece ser também freqüente um propósito de fortalecer a crença do grupo por meio do contato

certo, desafiava qualquer análise ou explicação.” POE, Edgar Allan. Berenice. In: **Histórias extraordinárias**. São Paulo: Abril Cultural, 1978. p. 58.

“purificador” com aqueles que não crêem. Uma forma de classificação que diz respeito, nesse caso, a separação de um mundo ideal e outro impróprio.

OS MUITOS MODOS DO CONSUMO DE UMA COISA SÓ

Realmente, nenhum aborrecimento, nenhum tédio resiste ao cáustico que se aplica à alma quando se lhe dá uma mania. Vós todos que já não podeis beber nisso que, em todos os tempos se denominou a taça do prazer, tratai de colecionar o que quer que seja (tem-se colecionado até cartazes!) e em troca tornareis a achar a barra de ouro da felicidade.

Honoré de Balzac – O Primo Pons

Um dos traços mais característicos dos grupos pesquisados refere-se à presença simultânea de conteúdos afetivos e racionais em suas práticas e no modo como estes as interpretam. A primeira dessas características, menos surpreendente talvez, diz respeito às motivações que ligam personalidades e objetos eleitos aos sentimentos e afetos de colecionadores e fãs. Pela própria natureza desse tipo de motivação, sua existência não parece se manifestar de modo tão claro quanto em relação aos conteúdos mais rationalizados. Muitas vezes, o sentimento de ver somente ali, no ítem colecionável, algo que não foi visto em nenhum outro lugar, assume um caráter auto-justificável: por assim dizer, o “gostar por gostar”. Mesmo que os momentos seguintes possam ser facilmente explicados dentro de uma clara rationalidade, o momento inicial, no qual se dá a revelação desse gosto, freqüentemente não o é. Se por um lado o iniciado é perfeitamente capaz de explicar e justificar suas atividades práticas, por outro, raramente é capaz de fazê-lo em termos de lhes explicar a gênese. Possivelmente esse espaço de imponderabilidade explica em boa medida o porquê de não haver um tipo característico de colecionador ou fã: potencialmente qualquer pessoa pode passar a se interessar por algo ou alguém sem que essa inclinação possa ser pré-determinada fora dos (amplos) limites colocados pelo meio. Ou seja, de haver maior probabilidade de, em nossa cultura, alguém se tornar fã, por exemplo, de um grupo de música brasileira ou americana que de outros grupos da Guatemala ou da Birmânia – pelo simples fato de serem esses os gêneros de música mais executados no país ou, do mesmo modo, passar a se interessar por ônibus urbanos e não por quebra-gelos....

Apesar de todas as entrevistas terem sido realizadas individualmente, foi possível tomar conhecimento, por esse meio, dos vínculos que o entrevistado mantinha com outros colecionadores ou fãs e concluir a inexistência de um tipo geral e característico de aficionado. Ainda que dentro de temas específicos possa haver traços comuns e recorrentes entre fãs e colecionadores,¹⁶⁸ parece ser impossível predizer que fatores predispõem tais grupos de indivíduos a essas práticas de consumo. Elementos como idade, grau de escolaridade, renda, religião, ocupação profissional, etc, encontram-se perfeitamente distribuídos em meio ao aparentemente democrático mundo dos aficionados. Como único elemento destoante do conjunto, o fato de serem as mulheres tão raramente encontradas entre colecionadores apresenta-se como algo, no mínimo, intrigante. É possível suspeitar, como explicação para o caso, da existência de uma racionalidade tipicamente masculina inerente às práticas de colecionismo. Tal racionalidade, menos nata que adquirida por meio da educação e socialização, privilegiaria elementos técnicos, visuais e emulativos, characteristicamente masculinos e inerentes à prática do colecionismo. Em “Ter e manter”, Philipp Blom explicita um ponto de vista análogo, observando que a grande desproporção existente entre colecionadores e colecionadoras teria, em última análise, relação com a psique dos dois gêneros. Considerando a clareza e humor de sua explicação, vale a pena expor quase na íntegra seu raciocínio:

(...) Embora em geral um número ligeiramente maior de mulheres se descrevam como colecionadoras, a maioria daqueles cuja vida é dominada por suas coleções, que vivem para elas e são dominados por suas exigências, é de homens. (...) Se as mulheres tivessem dominado as sociedades ocidentais nos últimos três mil anos, e relegado os homens à posição de úteis, apesar de

¹⁶⁸ Marco Antônio de Almeida observa, por exemplo, uma interessante oposição entre dois grupos de aficionados (os fãs do seriado “Jornada nas Estrelas” e de filmes de faroeste, respectivamente): “*No caso dos trekkers, parece-me que a relação que se estabelece é com o futuro, com a possibilidade de se visualizar uma sociedade diferente e novas formas de sociabilidade; os filmes seriam o objetivo da agregação que se estabelece, por serem os ‘portadores’ desses novos valores, disseminados por produtos culturais ligados à série: livros, dicionários, palestras, etc. Já no caso dos cowboys o ethos do grupo parece gravitar em torno de valores relacionados à nostalgia, a busca de se remontar uma sociabilidade lúdica das matinês que habitam as memórias de cada membro do clube. Neste sentido, os filmes, mais que interesse principal, seriam o pretexto para se estar junto, reconstruindo uma identidade fundada em rituais que os tempos modernos parecem desprezar.*” ALMEIDA, Marco Antônio. **Trekkers e cowboys: algumas considerações sobre a recepção e o consumo audiovisual dos gêneros ficcionais**. Recife: INTERCOM, 1998 (texto digitado). pp. 09-10.

abrutalhados, servos e amantes ocasionais, nosso mundo talvez fosse muito mais feliz, mais harmonioso e mais medieval. A perseguição obsessiva de uma *idée fixe* que exclui tudo o mais, e os fenômenos conseqüentes do isolamento, da competição feroz, a vontade superpoderosa de vencer, um atrofiamento da empatia, parecem associados à psique masculina. Certo tipo de mentalidade é necessário para que alguém devote sua vida inteira ao desenvolvimento de um movimento de relógio modificado, um pouco mais exato e que agüenta ser um pouco mais sacudido. (...) Esse tipo de mentalidade é necessário, esse isolamento voluntário e essa busca obsessiva de uma meta, apenas dessa meta, para prosseguir, alheio às conseqüências. (...) O espelho dessa obsessão é a penosa identificação e a estrita classificação de objetos em hierarquias e sistemas. As características de penúria emocional e a linguagem do colecionador se sobrepõem de muitas maneiras: agarrar-se às próprias emoções, sufocar, reter e não largar.¹⁶⁹

E ainda, observando a curiosa relação do problema com o autismo, em particular uma de suas variações:

Todo o fenômeno de retirar-se para um mundo de padrões previsíveis, para longe de um ambiente de complexidades sociais e de conflitantes motivos de atenção e amor faz pensar em autismo, e, com efeito, a maioria dos que padecem dessa condição são meninos e homens. Enquanto o âmbito do autismo vai da leve excentricidade à mais grave incapacidade, um problema clínico em particular, a síndrome de Asperger, a menos grave das doenças autísticas, serve para ilustrar a afirmação. Esta síndrome se caracteriza por uma multiplicidade de sintomas: resistência a mudança, apego a padrões que se repetem, conversa afetada, mergulho em assuntos misteriosos, como horários de meios de transporte, que adquirem grande importância, e colecionar séries de objetos sem valor para outros. Enquanto a forma mais grave de autismo mostra apenas uma leve tendência masculina na distribuição dos casos, nos níveis mais altos de habilidade, no lado mais “normal” e funcional do espectro, a proporção pode chegar a 15 para 1. (...)¹⁷⁰

Se entre colecionadores há, de fato, uma desproporção tão evidente entre os dois gêneros, o mesmo não pode ser dito em relação aos fã-clubes. Em alguns casos, em função da personalidade escolhida de fãs, a participação feminina pode ser muito maior. Contudo, é preciso observar uma diferença

¹⁶⁹ BLOM, Phillip. **Ter e manter**. Rio de Janeiro: Record, 2003. pp. 195-96.

que talvez explique esse caso, ao se perceber que os dois gêneros não parecem vivenciar o ídolo da mesma forma. As práticas das fãs (e também das colecionadoras) parece estar mais relacionada a fatores, por assim dizer, externos ao ídolo ou objeto colecionado que ao objeto ou ídolo em si mesmos. Se, do ponto de vista do fã de um grupo de *rock* interessa possuir grande conhecimento a respeito da técnica, dos contratos, da história e de uma infinidade de detalhes e curiosidades a respeito de seus ídolos, por sua vez, uma fã do mesmo grupo estará menos interessada nesses detalhes que na música, nas apresentações ou na vida dos integrantes como músicos e pessoas comuns.¹⁷¹

As entrevistas foram realizadas em sua maior parte durante o segundo semestre do ano de 2003 e segundo semestre de 2004. Característica comum às mesmas seria o caráter hermético do universo de coisas a ser discutido. O fato das temáticas serem necessariamente específicas (no sentido de sempre girarem em torno do objeto ou personalidade em questão) e centrais na vida do entrevistado, tornava necessária certa preparação e aquisição de conhecimento especializado por parte do entrevistador. De fato, como foi possível perceber mais tarde, era, do ponto de vista do entrevistado, muito relevante o fato do entrevistador conhecer com algum grau de profundidade o assunto em questão ou, também aspecto fundamental, perceber que o mesmo *descobriria* o que havia de especial e incomum naquilo que era sua especialidade. O surgimento de uma empatia entre as partes, tão necessária a qualquer entrevista, vinculava-se, assim, à existência de certa cumplicidade entre entrevistador e entrevistado. Ainda que este ideal possa sofrer grandes variações em função da personalidade do pesquisador ou do entrevistado, curiosa e agradavelmente a sensação de se estar discutindo um assunto de interesse mútuo foi constante em todos os encontros. É preciso lembrar, por um lado, que as entrevistas tratavam do assunto, por definição, de maior interesse por parte dos entrevistados. Por outro, e por conta do preceito antropológico de ver no outro e na diferença algo que pode ser tão cheio de sentido quanto aquilo que nos é familiar, o resultado sempre foi o de perceber todos os universos pesquisados como espaços realmente muito interessantes.

¹⁷⁰ BLOM, **op. cit.** pp. 196-197.

Em maior ou menor grau, a inclinação exclusiva a um objeto ou personalidade confere ao fã ou colecionador certa condição de desajuste às expectativas sociais existentes, mesmo em seus círculos de convívio mais próximos. Se em alguns casos essa espécie de “incompreensão social” é explicitamente mencionada e analisada pelo entrevistado, em outros, mesmo não o sendo, sua existência pode ser indiretamente percebida. Em quase todas as entrevistas realizadas houve referência à uma não aceitação ou incompreensão das práticas do entrevistado por algumas das pessoas de seu grupo de convívio.¹⁷² Como também muitas vezes essa expectativa tendia a ser aplicada ao próprio entrevistador, foi também freqüentemente necessário demonstrar e convencer o entrevistado a respeito do sentido neutro de sua posição e da própria pesquisa. É muito provável que essa espécie de prática monotemática de consumo se apresentasse menos surpreendente caso fosse considerado que a lógica da própria sociedade de consumo não é a de consumir um único produto ou, muito menos, consumir o passado desse único produto. A questão é capaz de também explicar a quase cumplicidade existente entre os aficionados por determinado tema, reunidos ou não através de algum clube ou associação. Mais interessante talvez que tudo isso (aspecto que será discutido adiante) vem a ser, contudo, a redefinição do objeto eleito e a construção de uma sociabilidade alheia aos “controles” aparentemente implacáveis de uma sociedade de consumo. A qual como que afirma a todo momento, por meio da publicidade, dos meios de comunicação, etc, que aquilo de que gosta um colecionador ou (muitas vezes) um fã,¹⁷³ já deixou de ser desejável como produto de consumo (por não ser mais vendido, não ter mais utilidade, etc) – e, daí, a necessidade de

¹⁷¹ Agradeço à amiga e professora Liliana de Mendonça Porto, a quem devo a percepção dessa diferença de gênero no caso de fãs.

¹⁷² Alguns sites parecem também compartilhar dessa opinião, a julgar pela bem-humorada chamada de um deles: “*Você não se cansa de contar pra todo mundo como descobriu o Rush, como eles são importantes pra você e as loucas histórias em que você se meteu por causa deles?? Se seus amigos, seu pai, sua mãe e seu cachorro já não agüentam mais ouvir você contar sempre as mesmas histórias, conte-as pra gente! Acredite, nós entendemos você!*” Disponível em <<http://www.t4e.com.br>>. Acesso em: 10 mar. 2005.

¹⁷³ Coisa pouco comum entre colecionadores, muitos fã-clubes encontram-se organizados em torno de ídolos do presente (grupos musicais recém-formados, etc). A tendência, contudo, é de que esses grupos se consolidem e adquiram um caráter efetivo de fã-clube com o passar do tempo ou, mais exatamente dizendo, a partir do momento em que a “quantidade” de passado for suficiente para garantir ao grupo e ao ídolo uma existência estável e segura.

realização de diversos tipos de culto, nos quais esse gosto não autorizado é reafirmado e atualizado pela força do grupo.

Se a escolha do objeto ou personalidade que passará a ser o centro das práticas do fã ou colecionador possui um caráter quase que revelatório, todos os momentos posteriores a essa primeira escolha apresentam a possibilidade de serem explicados dentro de certa racionalidade, dentro da qual para cada ação – por mais extravagante que possa parecer aos não-iniciados – existe um *porquê* e um *como*. Nesse sentido e como explicação recorrente e justificadora, será sempre destacado o caráter extraordinário do objeto ou personalidade escolhidos. Argumentos relativos à excelência, pioneirismo, singularidade, perfeição, beleza, etc, dos mesmos serão listados e explicados como justificativa do fato de serem eles, e nenhum outro, os objetos e personalidades escolhidos como tema de uma coleção ou organização de um fã-clube.

Curiosamente, naquilo que se refere às diversas explicações a respeito do porquê da escolha daquele objeto ou daquela personalidade, as entrevistas terminaram por revelar aspectos muito distintos daqueles pelos quais, por exemplo, a investigação jornalística foi capaz de imprimir a colecionadores e fãs um alto grau de popularidade. Os meios de comunicação de massa em geral sempre destacaram, antes de qualquer outro aspecto, o caráter excêntrico e pitoresco das práticas de colecionadores e fãs. Possivelmente essa interpretação seja tão recorrente pelo fato de que o incomum e o inusitado sempre foram objeto de curiosidade pública; assim como também pelo caráter mercantilizado do meio jornalístico, que, nessa forma, tende a produzir notícia antes de mais nada como serviço a ser consumido (e, portanto, o quanto mais adequado possível à expectativa de um público consumidor-leitor).

Tanto quanto a própria notícia, a sociedade de consumo se notabiliza por seu caráter efêmero, fortemente centrado no tempo presente ou em qualquer outro que tome este como referência.¹⁷⁴ Por seu turno, o consumo de fãs e

¹⁷⁴ Não raro o lançamento de algum produto é feito de modo a lhe associar os valores, a calma, a qualidade do passado ou, de modo semelhante, a precisão, autonomia e conforto associados ao futuro. Tais “liberdades criativas” da

colecionadores opera numa lógica que é diametralmente oposta a esta, na medida em que busca, justamente, parar o tempo e reter a singularidade daquilo que foi destacado em meio a uma constelação de outros objetos e personalidades. Do ponto de vista de um colecionador, o acúmulo de peças e informações relativas a determinado objeto tem a ver com um conhecimento muito específico (e, naturalmente, apaixonado) a respeito do mesmo.¹⁷⁵ Um dos entrevistados, cuja coleção de jipes americanos da marca Willys, modelo 1951, chegou a contar dezesseis veículos, descrevendo os motivos dessa escolha observou, em princípio, a superioridade técnica do “modelo 51” sobre outros veículos similares, a própria singularidade de um jipe sobre outros carros, sua mecânica peculiar, etc. Naturalmente que essa descrição racionalizada das características que fazem do veículo em questão algo excepcional se distingue da quase insondável dúvida a respeito do porquê, por exemplo, da própria escolha do modelo como objeto a ser colecionado; ou mesmo do porquê de dezesseis exemplares (considerando aí as óbvias dificuldades de manutenção e guarda dos veículos, entre outras). De forma mais evidente, os aficionados por ônibus ilustram bem o caráter racionalizado de informações que poderiam ser tomadas como apenas pitorescas. Apesar de também serem apreciadas questões de natureza estética (*design* dos modelos, padrões de pintura das empresas, etc), as discussões durante o encontro¹⁷⁶ possuíam um caráter predominantemente técnico, que iam desde quais modelos e veículos estavam ou não circulando pelo sistema de transporte metropolitano de Curitiba, até vantagens e desvantagens de determinado tipo de chassi e carroceria.

Considerar os universos selecionados por fãs e colecionadores não como espaços do pitoresco e do exótico, mas enquanto campos de conhecimento específico, resulta no encontro de conclusões inesperadas. Via de regra seus

publicidade não alteram, contudo, o fato de que em um e outro caso, o presente se mantém como única alternativa para que passado e futuro possam ser consumidos.

¹⁷⁵ Algo que, aliás, guarda semelhanças com aquilo que é feito num departamento de uma universidade ou mesmo numa fábrica – com a diferença que uma outra racionalidade encontra-se aí presente. Se, do ponto de vista de uma fábrica ou de uma instituição acadêmica a idéia é a de que todos os seus elementos materiais e humanos se dediquem a um único propósito, do ponto de vista de um grupo de aficionados a idéia é a de, eles mesmos, se dedicarem espontaneamente a um único fim (ainda que inexista uma instituição que lhes coordene esse movimento).

¹⁷⁶ É preciso lembrar que, além da entrevista, o pesquisador pôde participar de um encontro onde se reuniram mais de dezessete colecionadores do Omnibus do Brasil.

membros acumulam um volume considerável de informações a respeito de seus respectivos temas; freqüentemente maior, mais preciso e qualificado que aquele disponível em sua forma comercial ou produzido por alguma instituição. Tais grupos produzem um “etnoconhecimento” a respeito de assuntos cujos próprios produtores e fabricantes muitas vezes desconhecem ou simplesmente não consideram relevante utilizar ou disponibilizar ao público. É esse o caso de alguns produtos ou mesmo artistas, cuja publicidade é ou foi mínima e que, no entanto, possuem legiões de fãs e entusiastas.¹⁷⁷ Muitos automóveis poderiam se enquadrar nessa categoria (inclusive o aqui já mencionado jipe Willys, modelo 1951). O caso dos “colecionadores” de ônibus é também emblemático por conta do grande entusiasmo e interesse que demonstram por um serviço aparentemente tão prosaico, impessoal e compulsório quanto o fornecimento de água ou energia elétrica; cuja paixão não estaria sujeita, por exemplo, à influência de qualquer campanha publicitária ou outro meio de incentivo ao seu consumo. Não obstante isso, e até mesmo superando o desinteresse das empresas e fabricantes em lhes fornecer informações a respeito dos veículos, o interesse dos “busólogos”¹⁷⁸ permanece sendo altíssimo. Em casos cuja personalidade em questão teve ampla exposição nos meios de comunicação – por exemplo, Elvis Presley – os mesmos princípios permanecem presentes, ao se perceber o entendimento e conhecimento “a mais” produzido pelos fãs. Nesse caso, assim como no caso de muitos outros, o conhecimento acumulado e de algum modo disponibilizado pelos fãs ultrapassa em muito aquilo que regularmente vem a público através dos meios de comunicação ou por meio dos próprios produtores.

A idéia de fãs histéricos e ensandecidos, repetidamente exibida pelos meios de comunicação de massa, contrasta em muito com as características de cálculo e equilíbrio demonstradas por cada um dos entrevistados. Por mais

Sendo possível, portanto, observar as inúmeras informações trocadas entre os membros do clube, além de conversar informalmente com vários deles.

¹⁷⁷ Alguns casos chegam, é verdade, próximo disso. Apesar de muito conhecido e prestigiado no cenário do chamado “rock alternativo”, o grupo americano Fugazi possui uma postura no mínimo curiosa em relação à indústria fonográfica: fundado por Ian MacKaye em 1987, seus integrantes não dão entrevistas ou aceitam aparecer em grandes veículos de comunicação, exigem que os ingressos de seus shows custem não mais que U\$5,00, que os CDs sejam vendidos por no máximo U\$10,00, etc.

exótico e pitoresco que seja o ítem colecionado – filmes de faroeste, ônibus urbanos, canivetes, etc – a explicação e descrição de cada um desses universos apresenta uma notável “coerência interna”. Talvez mesmo pelo fato de ser esta uma modalidade altamente consciente de consumo,¹⁷⁹ onde, ao contrário das formas convencionais de compra, interessa ao colecionador mais que tudo pensar, calcular, descobrir meios, etc, para, finalmente, adquirir uma nova peça. Um fã ou colecionador se apresenta antes de mais nada como um exímio investigador e estrategista. Mesmo nos casos em que se disponha a gastar uma soma elevada de dinheiro na aquisição de uma única peça, é muitíssimo provável que só o faça se estiver plenamente convencido a respeito da natureza da mesma e do valor que por ela estará pagando. Procedimento, aliás, muito distinto daquele que ordinariamente caracteriza o comportamento de consumidores em um supermercado ou dentro de um *shopping center*, por exemplo. Paradoxalmente, e não obstante a característica passionalidade que marca sua prática, as aquisições de um colecionador ou de um fã parecem ser sempre pautadas por uma noção muito precisa a respeito do objeto em questão. Não talvez por acaso, a grande maioria dos entrevistados possuía um estilo de vida e consumo que dificilmente poderia ser classificado de perdulário. A causa disso estaria talvez relacionada tanto a um aguçado senso de dispêndio, adquirido com a experiência de colecionador, quanto pelo propósito de, economizando em áreas convencionais de consumo, tornar possível maiores gastos com os próprios objetos de coleção.

Essa racionalidade econômica pôde ser observada nas descrições feitas por vários dos entrevistados, particularmente no momento em que explicam o *modus operandi* utilizado na aquisição de novos ítems. Longe de produzir uma busca cega e desesperada ao primeiro indício de ser aquele um bem qualificado, o interesse na aquisição de um objeto legítimo passa por um meticoloso processo de avaliação, no qual a compra propriamente dita é apenas um (último e decisivo) detalhe. Muitas vezes o colecionador tentará dissimular seu próprio interesse pela peça, tentará avaliar sua autenticidade, qual possibilidade de restauro ou utilização futura como

¹⁷⁸ O termo “busólogo” (e, em alguns casos, “colecionistas de material sobre ônibus”) é utilizado pelos próprios membros do clube para fins de auto referência.

¹⁷⁹ Não sendo possível ignorar, porém, o inseparável conteúdo passional que se encontra associado às práticas de fãs e colecionadores.

objeto de troca com outros colecionadores; detalhes infinitesimais que poderiam, sob seu olhar de perito, aumentar ou diminuir seu valor, etc. Dotado de uma espécie de memória específica, na qual se encontram armazenadas informações a respeito de onde, como, com quem ou de que modo as peças que lhe interessam poderiam ser obtidas, a personalidade e o temperamento de cada colecionador poderá fazer com que tais procedimentos assumam formas menos habituais. Entrar para determinada religião com o intuito exclusivo de se aproximar do proprietário de um veículo colecionável ou promover uma campanha pública com a finalidade de trazer o ídolo à própria cidade estão entre esses aparentes exageros. Procedimentos menos extravagantes são, no entanto, bem mais comuns. Descrevendo os princípios que orientavam as buscas de seu personagem, Balzac indica esse traço de plena racionalidade comum aos colecionadores:

Finalmente, encontrou nos prazeres de colecionador tão intensas compensações ao malogro da glória que, se tivesse de escolher entre a posse de suas curiosidades e o nome de Rossini – acreditareis? – Pons teria optado por seu querido museu. O velho músico praticava o axioma de Chenavard, o erudito colecionador de gravuras preciosas, que pretendia que só se pode sentir prazer em contemplar um Ruysdaël, um Hobbema, um Holbein, um Rafael, um Murillo, um Greuze, um Sebastiano del Piombo, um Giorgine, um Albert Dürer, quando o quadro não custou mais de cinqüenta francos. Pons não admitia aquisição acima de cem francos; e, para que pagasse cinqüenta francos por um objeto, era necessário que valesse três mil. A mais bela coisa do mundo, desde que custasse trezentos francos, deixava de existir para ele. Raras haviam sido as ocasiões; mas ele possuía os três elementos do êxito: as pernas do cervo, o tempo dos vagabundos e a paciência do israelita.¹⁸⁰

Contrapostos a outros universos da vida cotidiana – aos mundos de consumo cotidiano, por exemplo – os espaços dentro dos quais atuam colecionadores e fãs se distinguem pelo uso, por assim dizer, de uma outra medida de tempo. No mundo do consumo convencional, no qual bens e serviços circulam sob a forma mercadoria, em larga medida por força dessa condição, a imensa maioria das coisas tende a adquirir um sentido efêmero de existência e circulação, haja vista a necessidade de serem o quanto antes

¹⁸⁰ BALZAC, Honoré de. O primo Pons. In: **A comédia humana – volume X**. Rio de Janeiro: Globo, 1990. p. 426.

substituídas por novas mercadorias. Sintomaticamente, a imensa maioria das campanhas publicitárias enfatizam o novo e aquilo que irá substituir o que já deixou de ser atual. Mesmo nos casos em que estéticas clássicas e antigos ideais são invocados, há sempre implícita a “garantia” de que apenas *agora*, nas atuais condições (de compra, de estilo, de despojamento, etc) faz sentido adquirir parte de um passado que, *agora*, está na moda, etc. Se aí predomina de modo implacável a lógica do efêmero e do descartável, no mundo dos objetos colecionáveis, inversamente, busca-se incessantemente formas de se deter o avanço do tempo. Parte do esforço do colecionador estará voltado para conservar, da melhor maneira possível, as características originais dos objetos de sua coleção. Não parece estranho, portanto, que, entre os entrevistados, uma das características mais desejáveis de um objeto seja a de não uso, capaz de conferir ao mesmo um grau de originalidade que esteja o mais próximo possível do tempo em que ainda era vendido. Busca-se assim, menos que um *consumo* do objeto, sua conservação física e perpetuação no tempo.

No caso de fãs, aspecto que também se reflete na figura do ídolo, o tempo presente só comporta sentido na medida em que se assemelha convincentemente ao passado. Ou seja, mesmo nos casos em que o ídolo ainda se apresente publicamente como tal, a referência em torno da qual gira o culto celebrado pelos fãs é a do tempo primordial, no qual suas características extraordinárias foram reveladas ao mundo. Nesse sentido, o termo “ainda” é fartamente utilizado pelos fãs de antigos ídolos como evidência e justificativa: “ela ainda é muito bonita”, “eles fazem questão de ainda tocar os primeiros sucessos”, “mesmo que já não façam tanto sucesso aqui, ainda são muito conhecidos e vendem muito na Europa”, etc.

É muito significativa a percepção, no texto de Balzac,¹⁸¹ de um traço que pôde ser observado ao longo das várias entrevistas realizadas. Ao descrever a troca feita pelo velho Pons, deixando de lado suas ambições de músico em lugar de sua coleção de antigüidades, o autor já revela uma característica básica da psicologia dos colecionadores em geral, que, de algum modo, parece exercer uma função compensatória entre os mesmos. Ou seja, se na

¹⁸¹ Para escrever “O primo Pons” Balzac se valeu de certo conhecimento de causa, uma vez ter sido ele próprio um colecionador de antigüidades.

vida cotidiana – no mundo das coisas “não extraordinárias” do trabalho, da família, dos estudos, etc – são muitos e variados os obstáculos colocados diante de nossa vontade e de nossos desejos, no mundo escolhido por cada colecionador ou fã – por definição um mundo extraordinário – poucos são esses impedimentos. A satisfação máxima nesses mundos peculiares de consumo tem a ver com “simplesmente” encontrar um outro ítem do mesmo conjunto conhecido de coisas, condicionando o “encontro da felicidade” a um universo cujo controle é razoavelmente possível; muito diversamente, inclusive, do que ocorre no mundo convencional, no qual o lançamento incessante de novos produtos suscita o surgimento de desejos de consumo e satisfação que não estão sob controle do consumidor (não por acaso, as coleções geralmente têm a ver com as possibilidades de compra de cada colecionador). Philipp Blom, comentando a tensão entre ordem e desordem, presente na idéia de coleção e observada por Walter Benjamin chegará a conclusão semelhante:

A sutil dialética da ordem suspensa sobre um mar de caos que Benjamin diagnosticou em todas as coleções parece especialmente válida no caso das bibliotecas. Os diferentes tamanhos, cores, texturas e tipos de letra nas lombadas e capas que povoam as prateleiras e mesas sempre introduzem uma sugestão de desordem e desintegração na estante mais ordenada (...) A mente que controla esse quase caos, ajudada, talvez, por um catálogo, é senhora do universo. É também essa coisa perigosíssima: um eremita satisfeito. Cercado por reinos e povos imaginários, por épocas e riquezas que só se entregam aos olhos do leitor, o amante de livros não deseja companhia alguma, não busca nenhuma aprovação do mundo exterior. Sua felicidade não precisa de nada, exceto a solidão na qual mergulhar e esquecer-se de si mesmo, para emergir em outros mundos e com nova presença de espírito.¹⁸²

O clássico “Bonequinha de luxo”,¹⁸³ com roteiro baseado num conto de Truman Capote, parece ter também alcançado essa dimensão através da personagem principal, interpretada por Audrey Hepburn. Fascinada pela joalheria Tiffany, Holly Golightly comenta: “*naquele lugar tranqüilo e sofisticado nada de mal pode acontecer. Se eu encontrasse um lugar em que me sentisse como na Tiffany, então...*” Como em muitos outros momentos, o

¹⁸² BLOM, **op. cit.**, p. 239.

¹⁸³ **Bonequinha de luxo.** Direção de Blake Edwards. São Paulo: Paramount Home Entertainment, s/d. 114 min., color., legendado.

cinema (sintomaticamente melhor que a literatura) conseguiu alcançar uma dimensão do consumo normalmente ausente na sociologia. O lirismo da personagem, encantada com o brilho material de uma grande cidade americana, sugere outras dimensões para o consumo, distante de suas evidentes características econômicas. Aos seus olhos, um mundo tão sedutoramente artificial e frívolo quanto suficiente para ser vivido apenas por aquilo que melancolicamente oferece e sugere.

* * *

A noção largamente difundida de colecionadores e fãs como indivíduos compulsivos e incapazes de avaliar o “sentido razoável” das coisas encontra-se talvez longe de ser verdadeira. O consumo de colecionadores e fãs possui características muito nítidas de cálculo e intencionalidade. Em cada uma de suas especialidades, todo aficionado demonstra ser um exímio conhecedor de cada objeto ou personalidade. Como especialista, capaz de extrair de um imenso universo de bens e idéias produzidas incessantemente pela sociedade de consumo, aquilo que, especificamente e sob sua avaliação, poderia “fazer sentido”.

Efetivamente, em maior ou menor grau, todo colecionador ou fã demonstra possuir um conhecimento a respeito de seus temas que em muito se distingue e ultrapassa as informações comerciais disponíveis a respeito dos mesmos. Mesmo que os objetos ou personalidades eleitas tenham na produção em escala ou na indústria cultural sua origem enquanto mercadoria, seus aficionados geralmente dominam um conjunto de informações e um modo de pensar a seu respeito que, muitas vezes, pouco tem a ver com essa primeira versão. Um aficionado por filmes de faroeste analisará este gênero cinematográfico de um modo que, mesmo sofrendo influência da crítica convencional, em muito a ultrapassa, valendo-se para isso de outras perspectivas, outra linguagem e outro entendimento a respeito do assunto. Dentro desta visão particular do gênero, pouco importa a (enorme) distância que muitas vezes separa o filme do contexto histórico em que se baseou, o julgamento da crítica especializada a respeito da competência técnica de alguns atores e diretores, a recorrência de argumentos ou mesmo (no caso específico do gênero *western*) as freqüentemente improváveis situações contidas no roteiro.

No caso dos participantes do 7º Encontro de Colecionadores do Omnibus,¹⁸⁴ há quase que uma reinvenção do tema transporte rodoviário de passageiros. Além de entrevistas formais, foi possível participar normalmente do encontro na condição de interessado sobre o assunto¹⁸⁵ e perceber que o tema ônibus, por mais árido que possa ser imaginado, encontrava-se longe de ser assim considerado pelos mais de dezesseis busólogos que lá se encontravam reunidos. Além de um certo hermetismo linguístico provocado pela abundante menção a números, séries, modelos, linhas, anos de operação, etc, a reconstrução do tema ocorre também em função das diversas abordagens que o clube comporta. Se para um não busólogo o interesse pelo assunto se liga tão somente ao seu uso imediato (ou seja, quando muito, se o ônibus utilizado é confortável, silencioso e rápido), para um aficionado são diversos os ramos de interesse abertos pela “busologia”. Alguns membros se interessavam apenas por ônibus rodoviários, enquanto outros apenas pelo transporte urbano; outros tinham nos ônibus da Viação Cometa Ltda (os conhecidos modelos de dois eixos, nas cores azul e prata) seu objeto de maior devoção, etc.

Em todas essas variações era, contudo, evidente a autonomia do interesse do grupo; maior ainda caso seja considerada a virtual inexistência de qualquer cobertura do assunto pelos meios de comunicação de massa ou mesmo em outros espaços. Indagado a esse respeito, um dos membros do Omnibus do Brasil revelou ser praticamente inexistente o interesse das empresas de ônibus e principalmente das empresas que fabricam carrocerias em trocar informações com o clube ou simplesmente estabelecer com o mesmo um canal de comunicação privilegiado.

Excluídos os casos de colecionadores e fã-clubes que terminaram por se transformar em empresas, o conhecimento específico dominado por fãs e colecionadores apresenta um relevante significado na medida em que se

¹⁸⁴ Encontro que ocorreu em Curitiba, no dia 20 de setembro de 2003.

¹⁸⁵ O termo “interessado”, aliás, não comportou nenhuma dissimulação: uma das características mais surpreendentes do conjunto das entrevistas foi a de, talvez pelo modo como cada um dos temas era abordado pelos entrevistados, tudo terminar se mostrando, efetivamente, muito interessante aos olhos do pesquisador (tanto em termos profissionais quanto pessoais). A serenidade e profissionalismo dos membros

constitui num conhecimento não-institucionalizado e situado à margem das formas usuais de troca e circulação. Exatamente por ser um conhecimento acumulado à margem de qualquer instituição e destituído de propósitos comerciais, seu acesso e divulgação a outras esferas da vida social será geralmente feito de modo alternativo e artesanal. Em larga medida por esse motivo, seria igualmente difícil obter com alguma segurança um mapeamento quantitativo de grupos, indivíduos, temáticas, etc, de fãs e colecionadores.

Contudo, essa espécie de *etnoconhecimento*, elaborado por colecionadores e fãs e contraposto às formas convencionais de conhecimento e informação produzidos em outros espaços da sociedade (quase que necessariamente produzidos em alguma instituição ou orientados em função do mercado) passa a ocupar progressivamente maiores espaços na *internet* (onde a relação entre custo e divulgação lhes é bastante favorável) e, por consequência indireta, em outros meios de comunicação. Vários entrevistados revelaram perceber um aumento significativo de intercâmbio entre colecionadores de um mesmo tema em função da popularização do acesso à *internet*. Dos quinze entrevistados, dez possuíam *home-pages* ou participavam de algum grupo de discussão eletrônica. Sintomaticamente os cinco outros que não se enquadravam nessa situação eram também entrevistados cuja idade ultrapassava os 45 anos. Mesmo no caso destes, três revelaram buscar informações com alguma freqüência na rede de computadores (mesmo não participando de algum grupo de discussão ou possuindo uma *home-page*).

Mesmo sendo prematura qualquer avaliação nesse sentido, é possível supor que tais facilidades de intercâmbio e divulgação das temáticas dominadas por fãs e colecionadores venha, futuramente, também alterar a própria natureza desses grupos. Indagado a respeito de qual o efeito da *internet* sobre a divulgação do clube entre outros aficionados, o presidente do Omnibus do Brasil observou ter sido enorme o crescimento do grupo e dos contatos desde então, ressaltando, porém, que os melhores contatos ainda

do clube produziu certo contraste com o rótulo de excêntricos e fanáticos, como freqüentemente são definidos pelos meios de comunicação.

eram os feitos por correspondência convencional em forma de carta¹⁸⁶ (initialmente os aficionados por ônibus tendiam a se conhecer em seções de cartas de revistas especializadas).

Uma das hipóteses de trabalho da pesquisa concebia fãs e colecionadores enquanto consumidores totais. Ou seja, enquanto consumidores convencionais tenderiam a consumir dentro de um interesse médio determinados produtos e serviços, colecionadores e fãs, situados num ponto particular da escala de consumo, se inclinariam a consumir tudo o que dissesse respeito a determinados objetos ou personalidades. Nesses termos, ambos os grupos poderiam ser tomados como um desenvolvimento limite do princípio geral da sociedade de consumo; o de consumir, se possível, tudo o que viesse a ser disponibilizado pelo mercado. A realização das entrevistas demonstrou contudo que, embora o consumo de fãs e colecionadores possa ser caracterizado como total no sentido de possuir um interesse exclusivo, comportaria também variados níveis de autonomia.

A idéia do consumo monotemático de colecionadores e fãs como sendo uma espécie de compulsão desprovida de qualquer cálculo e medida veio a se mostrar completamente irreal em função das entrevistas e trabalho de campo. O consumo desses estaria melhor definido num sentido oposto, dado o caráter metílico, calculado, intencionado e estratégico que normalmente define suas ações. Melhor que qualquer consumidor convencional, um colecionador ou fã sabe exatamente o que procura, onde seria possível encontrar, em que condições, de que modo adquirir, por que preço, etc. Muitas vezes, e conforme já observado, a compra propriamente dita de um ítem colecionável vem a ser apenas um detalhe dentro de uma série de circunstâncias e condições que envolvem a prática de um colecionador. Num sentido semelhante, entre os próprios colecionadores e fãs parece se desenvolver uma sociabilidade bastante distinta daquela existente, por exemplo, entre consumidores que costumam freqüentar as lojas de um *shopping center*. Ao contrário desses últimos, a existência, naqueles espaços, de um conjunto de práticas intencionadas e conscientes, de um

¹⁸⁶ A afirmação pode ser considerada nostálgica e saudosista. É preciso notar, porém, que a *home-page* do Omnibus do Brasil, espantosamente rica em informações, reserva pouco espaço ao passado do sistema de transporte rodoviário de passageiros.

reconhecimento mútuo através de “códigos tácitos de conduta”, de valores e hierarquias estabelecidos pelo próprio grupo, etc.

Um dos elementos mais significativos das entrevistas realizadas encontrou-se relacionado com a reinterpretação de um consumo que, originalmente pensado como descartável pela indústria, vem a ser transformado por colecionadores e fãs em elementos de uma lógica muito diversa. De modo freqüentemente explícito e consciente, todos os depoimentos apresentaram-se muito claros a esse respeito. O primeiro entrevistado, diretor de arte de uma agência de publicidade e fã do grupo sueco Roxette,¹⁸⁷ atribui pouca importância ao fato das músicas do grupo (que ainda existe e mantém carreira de sucesso na Europa) não serem mais executadas nas rádios brasileiras e até do mesmo ser considerado por muitos como extinto. Tanto quanto ele, outros muitos fãs se reúnem regularmente em fóruns de discussão eletrônica para conversar sobre o grupo ou mesmo, e eventualmente “ao vivo”, em alguma cidade escolhida com antecedência pelos próprios participantes.

Em alguns casos, o gosto dos fãs pelo grupo se antecede a iniciativas que normalmente ficariam por conta da gravadora. Por ocasião do lançamento de um dos últimos CDs do grupo, um fã de Mossoró, no Rio Grande do Norte, chegou a imprimir cartazes e distribuir folhetos para efeito de maior divulgação do trabalho. Para um dos entrevistados, colecionador e fã de filmes de faroeste, não seria relevante a (muito freqüente) distância existente entre o roteiro de seus filmes preferidos e seu correspondente histórico: como o próprio observa, “bem mais importante que a história é a realidade do filme”. Em relação à lógica interna do gênero, declara ser um observador detalhista, percebendo e recolhendo detalhes “técnicos” dos filmes que normalmente não seriam observados por outros cinéfilos. No caso das HQ de faroeste (cujo título mais conhecido seria “Tex”¹⁸⁸), das quais também se

¹⁸⁷ O grupo sueco Roxette é formado por Per Gessle e Marie Fredriksson. Seu primeiro disco (“Pearls of passion”) foi lançado em 1986. No Brasil a dupla ficou conhecida a partir de seu segundo trabalho (“Look sharp!”), lançado em 1988. O nome “Roxette” deriva de uma música homônima do grupo inglês Dr. Feelgood.

¹⁸⁸ A HQ italiana “Tex” foi publicada no Brasil pela primeira vez em 1971, pela Editora Vecchi. Apesar das quatro mudanças de editora, sua circulação nunca chegou a ser interrompida. Em 1983 o título passaria a ser publicado pela Editora Rio Gráfica e em 1987 pela Editora Globo. Atualmente “Tex” é publicada pela Editora Mythos.

constitui em aficionado, sua atividade de observação lhe permite notar diferenças que correspondem às diversas fases do título no Brasil, diferenças de linguagem entre as mesmas, eventuais falhas nos desenhos e roteiro, etc.

Para um dos fãs do grupo canadense Rush, a (longa) história da banda segue independente de sua cobertura nos meios de comunicação. Dentre os motivos que o levaram a acompanhar tão de perto a carreira dos três músicos (na recente excursão que o grupo fez ao Brasil, o entrevistado foi recepcioná-los pessoalmente num aeroporto de São Paulo) listam motivos não tão óbvios ou freqüentes na grande imprensa, inclusive pelo fato do grupo nunca ter sido tão divulgado por grande parte dos meios de comunicação. Seu interesse pelo grupo teria ultrapassado antigos gostos por outros gêneros e grupos para, em determinado momento, perceber uma enorme superioridade na música do grupo canadense. Tal motivação, que o levou a estudar bateria na Universidade Livre de Música Tom Jobim, se baseia numa grande admiração que vai da competência técnica dos três músicos à trajetória de vida de cada um. Outro entrevistado, fã e também *cover* do ídolo *pop* Elvis Presley, descreve a carreira do cantor dentro de uma lógica que pouco se assemelha às versões mais conhecidas a respeito da vida do mesmo, enfatizando os aspectos humanos do ídolo ao lado de seu incomum talento musical e artístico. Não obstante seu óbvio propósito de ser o mais fiel possível em relação a Elvis, a descrição dos motivos pelos quais começou a se interessar por ele, quando decidiu viver de seu talento e semelhança com o ídolo, etc, obedece a um projeto e interpretação bastante próprios. Apesar de sua grande semelhança física com Elvis Presley e do profissionalismo de suas apresentações (entre todos os entrevistados, é o único que vive profissionalmente de sua condição de fã – ou, exatamente dizendo, como *cover*) não vê nenhuma possibilidade de vir um dia a gravar um CD com músicas do cantor, por considerá-lo inimitável.

Caso mais emblemático dentre as entrevistas, os membros do Omnibus do Brasil desenvolveram, de modo autônomo e à margem dos fabricantes e empresas do setor, um clube cuja temática se distingue até mesmo em relação a outros clubes de colecionadores e fãs. Além do (aparentemente) inusitado interesse por transporte rodoviário de passageiros, se destaca o fato de que a curiosidade dos participantes do clube pouco tinha a ver com

qualquer publicação, geral ou especializada, ou mesmo (em raros casos) com familiares que tivessem trabalhado em alguma empresa do setor. E, igualmente curioso, a fruição desse gosto também pouco se relacionava com a condição de usuários convencionais dos serviços de transporte rodoviários. Ou seja, tratando-se de um interesse e de um gosto que, dentro dos limites definidos pelos participantes, pouco tinha a ver com os fins objetivos e em função dos quais o sistema funcionava.

Krzysztof Pomian definirá a idéia de coleção como sendo primordialmente uma relação entre o visível e o invisível. Referindo-se às remotas origens das mais antigas coleções – objetos que compunham tesouros de reis e príncipes, por exemplo – o autor nota que os mesmos cumpriam o papel de assegurar a comunicação entre um mundo que podia ser visto e outro cuja existência não permitia um acesso direto. Objetos mantidos fora do circuito das atividades econômicas, como mobiliário funerário, objetos a serem oferecidos em sacrifício, etc, permitiriam a ligação entre o mundo dos vivos e o dos mortos, entre homens e deuses, etc. Tais objetos são classificados por Pomian como semióforos, em função de seu significado e, ao mesmo tempo, por estarem destituídos de qualquer utilidade.

Quer se aceite ou não esta assimilação da tecnicidade ao fato zoológico, resta todavia o fato de que a mudança que se produz no Paleolítico superior deve ser considerada fundamental. Com efeito, a vida material dos homens estava até então, toda ela, fechada ao visível. A única relação com o invisível era mantida através da linguagem; eventualmente através dos rituais funerários, e talvez também de outros que não deixaram traços. As duas esferas, a do visível e a do invisível, permaneciam assim lado a lado, não se interpenetravam. Ora, a partir do Paleolítico superior, o invisível encontra-se, por assim dizer, projetado no visível, pois desde então ele está representado no próprio interior deste por uma categoria específica de objetos: as curiosidades naturais e também tudo aquilo que se produz de pintado, esculpido, talhado, modelado, bordado, decorado... De um lado estão *as coisas, os objetos úteis*, tais como podem ser consumidos ou servir para obter bens de subsistência, ou transformar matérias brutas de modo a torná-las consumíveis, ou ainda proteger contra as variações do ambiente. Todos estes objetos são manipulados e todos exercem ou sofrem modificações físicas visíveis:

consumem-se. De um outro lado estão os *semióforos*, objetos que não têm utilidade, no sentido que acaba de ser precisado, mas que representam o invisível, são *dotados de um significado*; não sendo manipulados, mas expostos ao olhar, não sofrem usura. A atividade produtiva revela-se portanto orientada em dois sentidos diferentes: para o visível, por um lado; para o invisível, por outro; a maximização da utilidade ou para a do significado. As duas orientações, embora possam coexistir em certos casos privilegiados, são todavia opostas na maior parte das vezes.¹⁸⁹

É interessante notar que o mesmo princípio encontrado na origem das coleções parece ser também a base das formas contemporâneas dessas práticas, ainda que a oposição visível/invisível possa ser estendida em termos de presença/ausência, passado/presente, etc. Em todos esses casos, porém, seu princípio operador permanece inalterado, de modo que a construção, seleção, preservação de uma série de objetos retirados da atividade econômica – semióforos, segundo a expressão de Pomian – permanece tendo sua relação fundamental com um conjunto de coisas não imediatamente disponíveis aos seus organizadores. Ou seja, colecionadores e fãs efetivamente se relacionam, por meio de suas coleções e relíquias, a mundos que não podem ser encontrados na parte “visível” do universo. Mesmo nos casos em que o ídolo ainda vive e pode ser “tocado” pelos fãs, ou em objetos facilmente encontrados no cotidiano, a questão fundamental seria a de que a “recriação” do ídolo ou dos objetos por parte de fãs e colecionadores os retira do mundo visível/cotidiano para colocá-los no domínio do invisível/extraordinário.

Talvez o indício mais evidente disso sejam os vínculos que fãs e colecionadores, praticamente sem exceção, mantêm com o passado e sua condição de ser, justamente, o tempo em relação ao qual só se pode ter acesso indiretamente – ou seja, por meio de objetos retirados de sua função utilitária e capazes de significar um mundo agora invisível. De diversas formas tal relação poderia se estabelecer entre os dois mundos: entre o passado e o presente; entre o que se vive e o que se desejaría estar vivendo; entre aquilo que no passado atingiu a perfeição e aquilo que no presente necessita ser catalogado, reunido, preservado, etc. Assim, o gosto de um fã

¹⁸⁹ POMIAN, **op. cit.**, p. 71 (grifos do autor).

por filmes de faroeste diz respeito não apenas a um gosto atual e objetivado por este gênero cinematográfico, mas, também ao fato do mesmo permitir acesso àquilo que caracteriza este gênero cinematográfico: “ênfase na ação, luta do bom (bem) contra o mau (mal), heroísmo, coragem, a conduta individual como elemento catalisador da luta, eficácia da habilidade pessoal elevada ao máximo grau, etc”.¹⁹⁰ Entre os aficionados por ônibus a prática dos membros do clube (colecionar fotos, *folders*, informações técnicas, etc, a respeito de veículos de transporte de passageiros) se refere ao fascínio que a tecnologia envolvida na construção desses veículos exerce sobre os mesmos; às diversas concepções estéticas e mecânicas utilizadas ao longo da história dos fabricantes de carroceria, etc.

Em uma palavra, e em todos os casos, a uma ligação existente entre um mundo concretamente vivido (o mundo do trabalho, dos estudos, da família, etc) e outro que de diversas formas e por diversos motivos não poderia ser alcançado. Ainda que a ligação com o passado seja quase uma regra, nem sempre ou exclusivamente o poderia ser considerado: tão inacessíveis (ou “invisíveis”) quanto o próprio passado, muito daquilo que colecionadores e fãs admiram em seus temas se constituem em coisas que não poderiam ser “tocadas”, fundamentalmente pelo fato de tais características, por definição extraordinárias, se constituírem no motivo da própria devoção. Assim, nenhum grupo pode compor e executar músicas dentro de características tão incomuns quanto as do grupo Rush (ou talvez até pudessem, mas, ainda nesse caso, “faltaria” serem o próprio Rush...); ou nenhum veículo seria capaz de reunir tantos méritos mecânicos e estéticos quanto um jipe Willys fabricado no ano de 1951 (ou talvez até pudesse, mas, ainda nesse caso, “faltaria” ser um jipe Willys modelo 1951...), etc. De modo que a separação entre um mundo concretamente vivido e outro apenas projetado permaneceria como forma básica de organização dos mundos de colecionadores e fãs.

Nesse sentido, os universos de fãs e colecionadores, encontram-se, não por acaso, muito próximos do mundo do consumo convencional, o qual, mesmo possuindo seus objetos voltados para uma utilidade específica,

¹⁹⁰ BILHARINHO, Guido. **O filme de faroeste**. Uberaba: Instituto Triangulino de Cultura, 2003. p. 126.

freqüentemente não são adquiridos com esse propósito. Como diferença entre os mesmos, o fato de o consumo de colecionadores e fãs se dirigir a um único foco. A referência, contudo, nos dois casos, é a da aquisição de objetos cujas maiores referências não se esgotam em sua utilidade ou funcionalidade, mas, também e em diversos graus (nos quais os mais elevados encontram-se entre aficionados) naquilo que se referem e guardam relações com outras instâncias. Não também por acaso, todo o universo publicitário demonstra essa natureza não-utilitária do consumo ao associar características incomuns (e quase sempre, não utilitárias) a produtos que, em idêntica proporção, serão vendidos antes de mais nada por sua associação a estas variações do “invisível”, menos que em relação ao seu funcionamento e utilidade no mundo “visível”.

Como consequência da relação dos objetos colecionáveis estar referida ao “invisível”, e portanto, acessível apenas a uma comunidade de eleitos, forme-se, entre os mesmos, uma sociabilidade peculiar. Nesse caso, de modo inverso ao que ocorre nas formas convencionais de consumo, é necessária a existência de um “outro qualificado”, capaz de reconhecer o caráter extraordinário do objeto em questão. Mesmo nos casos em que o aficionado não participe de um clube ou associação, a idéia de alguém que, potencialmente ou à distância poderá compartilhar com o mesmo definições semelhantes a respeito do objeto é suficientemente necessária. Nada menos real, nesse sentido, que a imagem do colecionador empenhado em acumular os objetos de sua coleção e, ao mesmo tempo, ocupado em ocultá-los do conhecimento público. Eventualmente tal procedimento pode ocorrer em relação ao público em geral (por força de sua condição “não qualificada”), reservando contudo, ao grupo especializado (ou seja, outros aficionados), a tarefa de avaliar a qualidade dos objetos acumulados.

Tal característica, que faz com que a coleção, em princípio organizada com a finalidade de separar determinados bens do contato herético com outros ambientes, tenda a adquirir seu pleno sentido nas relações com outros colecionadores. Estando ainda sua explicação baseada não apenas no caráter “qualificado” desse outro, mas também no igualmente presente caráter emulativo presente entre os próprios colecionadores. Tal aspecto se torna ainda mais paradoxal pelo quanto o ideal de divulgar ao mundo o

caráter excepcional do objeto encontra-se contrariado pelo propósito de competir com outros grupos imbuídos do mesmo interesse. Se por um lado a missão do fã ou colecionador é permanentemente colocada em dúvida pelo público não-qualificado, por outro, é continuamente confirmada por seus pares.

Um curioso elemento presente na sociabilidade de fãs e colecionadores se refere ao paradoxo de suas práticas proselitistas. De forma sistemática ou intuitiva, há uma intenção de se estender àqueles que não *conhecem* o tema as razões que fazem do mesmo algo excepcional. Em casos extremos pode ocorrer como o fã da dupla sueca Roxette da cidade de Mossoró, no Rio Grande do Norte, que chegou a confeccionar, por conta própria, cartazes anunciando o lançamento do mais recente trabalho do grupo. De modo mais freqüente, há uma intenção latente de explicar às pessoas mais próximas (família, amigos, namorada, etc) aquilo que talvez não tenham percebido em relação ao objeto ou personalidade em questão e, por esse motivo, permanecem *indiferentes*. Pessoas em relação às quais, ainda existiria esperanças de "conversão".

Ao mesmo tempo, e à semelhança de outras organizações, a entrada no grupo de um membro "excessivamente qualificado" – que manteve contato direto com o ídolo do fã-clube; possui um volume de objetos ou informações superior ao dos antigos integrantes, etc – ou insuficientemente qualificado – um neófito movido por algum modismo passageiro ou qualquer motivo espúrio – tende a produzir entre os membros do grupo reações de rejeição ou isolamento. Nesses termos, a idéia de se "expandir a obra" possui sua quase equivalência na necessidade de se proteger contra a entrada de elementos "impuros", capazes de oferecer algum tipo de perigo à existência do grupo. Seria ainda o caso de notar que, nesses termos, a posição do entrevistador terminava possuindo um caráter suspeito pelo fato de não se enquadrar em nenhuma das tipologias presentes entre os não-iniciados. Na maioria dos casos, contudo, a simples e óbvia natureza acadêmica do trabalho fez desaparecer qualquer tipo de desconfiança e dúvida.

Uma questão fundamental ligada às práticas de colecionadores e fãs diz respeito aos critérios através dos quais é operada uma separação

suficientemente nítida entre objetos eleitos e objetos impuros. Ainda que sejam freqüentes, dentro de um mesmo grupo, diversas especializações naquilo que diz respeito ao tema principal, não parece haver qualquer dúvida em relação à definição do objeto ou personalidade em questão. A distinção entre o que é ou diz respeito a um jipe Willys, por exemplo, é clara o suficiente para efeito de se estabelecer os limites dentro dos quais o culto será organizado. De modo semelhante em relação a um gênero cinematográfico, a uma série de ficção científica, a um tipo de faca, etc.

O fato de normalmente inexistirem aspectos negativos relacionados ao tema¹⁹¹ (mesmo havendo preferências e *rankings* construídos pelos aficionados) parece estar diretamente relacionado à natureza fechada dessas práticas. Dito de outro modo, tal maneira de definir como perfeitos os temas em questão parece se adequar bastante à idéia de que tais espaços, de modo diverso àquilo que ocorre na vida cotidiana, são vividos como lugares onde a realização e satisfação das mais diversas necessidades e desejos é substituída pela fruição de um único tema. De forma que, exatamente por isso, esse único tema não poderia apresentar qualquer ambigüidade ou imperfeição.

Se por um lado parece haver uma certa reprovação social em relação às práticas de fãs e colecionadores, em grande medida fundamentada nas dúvidas que a vida convencional costuma dirigir a respeito das mais diversas inclinações, por outro, exatamente por conta da peculiaridade desse gosto que os distingue dos demais, há uma maior integração entre os membros do próprio grupo de aficionados. Ainda que nem sempre seja possível a

¹⁹¹ Não, evidentemente, em termos absolutos. Normalmente um colecionador ou fã atribuirá as eventuais imperfeições e aspectos negativos de seu tema a fatores externos e alheios à própria perfectibilidade do objeto. Aspecto que foi precisamente percebido no aqui já citado conto de Júlio Cortázar: “Também, então, não se disseram palavras claras, não nos eram necessárias. Só a felicidade de Glenda importava a cada um de nós, e essa felicidade só podia vir da perfeição. De repente os erros, as ausências se tornaram insuportáveis; não podíamos aceitar que Nunca se sabe por quê terminasse assim, ou que O fogo da neve incluisse a infame seqüência do jogo de pôquer (do qual Glenda não participava, mas que, de alguma forma, a sujava como um vômito, aquele gesto de Nancy Phillips e a intolerável chegada do filho arrependido). Como quase sempre, coube a Irazusta definir claramente a missão que nos esperava, e essa noite voltamos a nossas casas como que esmagados pela responsabilidade que acabávamos de reconhecer e assumir, e ao mesmo tempo entrevendo a felicidade de um futuro sem mácula, de Glenda sem erros nem traições.” CORTÁZAR, **op. cit.** p. 18.

formação de um clube entre um grupo de aficionados (sendo, contudo, a forma natural de desenvolvimento da maior parte dos mesmos) sua constituição busca acomodar, dentro de um mesmo espaço e por contraposição ao mundo exterior, gostos e idéias que só aí poderiam encontrar semelhança e validade.

Por um outro ponto de vista as práticas de colecionadores são interpretadas por Walter Benjamin como sendo também o oposto disso. Ao retirar o objeto da coleção de seu contexto original, o colecionador altera a ordem habitual de um mundo de coisas – o mundo da tradição – e simultaneamente cria outro. Por ver em seus potenciais objetos aquilo que não lhes é atribuído por sua finalidade habitual – mercadoria, utilidade, etc – o colecionador retira ao antigo contexto parte de sua força.¹⁹² Hannah Arendt, descrevendo essa idéia de Walter Benjamin, observará que:

(...) a tradição ordena o passado não apenas cronológica, mas antes de tudo sistematicamente, ao separar o positivo do negativo, o ortodoxo do herético, o que é obrigatório e relevante dentre a massa de opiniões e dados irrelevantes ou simplesmente interessantes. A paixão do colecionador, por outro lado, é não só assistemática, como beira o caótico, não tanto por ser uma paixão, mas por não ser basicamente inflamada pela qualidade do objeto – algo classificável –, e sim atiçada pela sua “autenticidade”, sua qualidade única, algo que desafia qualquer classificação sistemática. Por conseguinte, enquanto a tradição discrimina, o colecionador nivela todas as diferenças; e esse nivelamento – de forma que “o positivo e o negativo... a predileção e a rejeição aqui são intimamente contíguas” – ocorre mesmo quando o colecionador escolhe a tradição como seu campo específico e cuidadosamente elimina tudo que não seja por ela reconhecido.¹⁹³

¹⁹² Algo semelhante com aquilo que foi observado por Marcel Proust em relação aos fragmentos colecionados pela memória: “Como o hábito enfraquece tudo, o que melhor nos recorda uma criatura é justamente o que havíamos esquecido (porque era insignificante e assim lhe havíamos deixado toda a sua força). Eis porque a maior parte de nossa memória está fora de nós, numa viração de chuva, num cheiro de quarto fechado ou no cheiro de uma primeira labareda, em toda parte onde encontrarmos de nós mesmos o que a nossa inteligência desdenhara, por não lhe achar utilidade, a última reserva do passado, a melhor, aquela que, quando todas as nossas lágrimas parecerem estancadas, ainda sabe fazer-nos chorar.” PROUST, Marcel. **À sombra das raparigas em flor.** Porto Alegre: Globo, 1981. p. 172.

¹⁹³ ARENDT, Hannah. **Homens em tempos sombrios.** São Paulo: Companhia das Letras, 1987. p. 170.

De fato, a figura do colecionador é a de alguém fora do lugar, exatamente por haver percebido em alguma parte da vida cotidiana algo que não ocorreria ser percebido por ninguém. Do ponto de vista de uma ordem estabelecida das coisas, o “incômodo” causado pelo colecionador, e que muitas vezes se traduz no riso, se refere ao fato de haver alterado o sentido de objetos que são habitualmente compreendidas de outra forma (ou dentro de formas socialmente aceitáveis). Na perspectiva desta ordem, um canivete é apenas e tão somente uma ferramenta articulada de corte. Acrescentar a essa tácita definição outros significados, história, variações e peculiaridades implica criar uma ordem de entendimento oposta a do senso comum.

O sentido dessa incompreensão social¹⁹⁴ não parece estar relacionado, assim, ao caráter comum ou exótico do bem colecionado, mas, fundamentalmente, ao modo como algo, conhecido ou não, passa a ser redimensionado pelo próprio colecionador.

(...) Qualquer pequena sociedade que se forme, no seio da sociedade maior, é levada, assim, por um vago instinto, a inventar uma forma de correcção e amansamento para a rigidez de hábitos contraídos fora dela, que é preciso modificar. A sociedade propriamente dita não procede doutra maneira. É preciso que cada um dos seus membros esteja atento ao que o circunda, se modele ao ambiente que o cerca, que evite, enfim, encerrar-se no seu carácter como numa torre de marfim. E é por isso que ela suspende sobre cada um, senão a ameaça duma correcção, pelo menos a perspectiva duma humilhação que, por ser leve, nem por isso é menos temida. Tal deve ser a função do riso. Sempre um pouco humilhante para quem é o objecto dele, o riso é, verdadeiramente, uma espécie de assoada social.¹⁹⁵

De prosaicos maços de cigarro a jipes americanos importados, a questão se refere ao reordenamento – que “nivela todas as diferenças” – feito pelo aficionado em relação a coisas que, não fosse por sua intervenção, permaneceriam estáveis em sua trajetória natural de existência e extinção. Freqüentemente essas práticas de reordenamento irão encontrar algum tipo

¹⁹⁴ A descrição de um colecionador como elemento socialmente incompreendido foi feita por Balzac em seu “O primo Pons”. Ainda que a obra de Balzac seja famosa pela falta de condescendência na descrição de seus tipos, o personagem principal do romance revela, mesmo na condição de vítima da iniqüidade alheia, traços muito raros de desprendimento e lealdade.

de dificuldade para serem aceitas ou compreendidas em vários círculos sociais (amigos, trabalho, família, etc), justamente pelo fato de trazerem à superfície uma escolha que destoa daquilo que esses mesmos círculos admitem como práticas pertinentes e apropriadas. Nesse sentido, pouca relevância haveria no maior ou menor exotismo do objeto ou personalidade em questão: tanto o fã da dupla sueca Roxette quanto o colecionador de filmes de *western* necessitarão possuir, para esse efeito, uma “história explicativa” de seus respectivos gostos em relação ao público não iniciado.

Se, como observou Walter Benjamin, o colecionador revoluciona a ordem estabelecida na medida em que lhe retira elementos que serão reordenados sob outros critérios (estéticos, de uso, de valor, etc), em outro sentido seria necessário considerar a centralidade do passado em todas essas práticas. De forma inevitável esse novo reordenamento é sempre feito em seu nome: enquanto tempo fundamental e que deve, paradoxalmente, ser preservado em meio aos seus melhores índices (sejam estes os objetos de uma coleção ou o ídolo de um fã). É improvável a existência de colecionadores ou fãs que não tenham no passado o tempo central de suas temáticas, ainda que em alguns casos isso pareça ser mais evidente que em outros. Um colecionador de jipes americanos fabricados no ano de 1951 possui seu gosto evidentemente ligado ao passado; não apenas por conta do veículo, mas também por força do contexto – espaço e tempo – que o envolveram.

Seria impensável, nesses termos, tentar resolver o problema da escassez deste tipo de veículo por meio de réplicas: assim como a originalidade do modelo não pode ser recriada, também época e o contexto que o envolvem não poderiam ser reproduzidos. No caso dos membros do Omnibus do Brasil, ainda que os mesmos acompanhem atentamente os mais recentes lançamentos das empresas do setor, o maior interesse parece estar ligado à história e desenvolvimento do setor através dos antigos modelos; estando estes, de modo idêntico, ligados à própria biografia dos colecionadores. Neste caso, a contemporaneidade do transporte rodoviário de passageiros encontra como maior referência também o passado: a sofisticação técnica, o conforto, a beleza dos modelos atuais de ônibus teria sempre como referência e parâmetro modelos que marcaram a história do setor.

¹⁹⁵ BERGSON, Henri. **O riso**. Lisboa: Guimarães Editores, s/d. p. 111.

Por meio do consumo em série de um mesmo tipo de objeto ou do culto a determinada personalidade, fãs e colecionadores buscam garantias fundamentalmente assentadas no passado. Apenas neste tempo, e não no presente ou no futuro, haveria a segurança de se viver em universos que não poderiam ser alterados pelo passar dos anos ou, ainda, por força do hermetismo inerente a essas práticas, entrar em conflito com outras instâncias. Tal propósito de salvar o passado não impediria, contudo e paradoxalmente, que as ações de fãs e colecionadores fossem igualmente capazes de recriar uma outra ordem de coisas no lugar antes ocupado pela “tradição”. Isso porque a parte do passado salva pelo colecionador se transforma, sob sua ação, em algo muito diferente daquilo que foi um dia. Mesmo que seu propósito seja o de tudo preservar desse tempo inicial, o resultado será sempre e melancolicamente o de ter em suas mãos apenas uma parte daquilo que, plena e integralmente, existiu apenas e precisamente nesse passado. Se esta seria sua intenção - a de salvar o passado -, sua consequência seria a de transformar esse mesmo passado em algo destituído de seu ordenamento. Citando o próprio Benjamin, Hannah Arendt observa o espaço que o passado ocupa na atividade do colecionador:

Como um revolucionário, o colecionador “sonha com o seu caminho não só para um mundo remoto ou passado, mas ao mesmo tempo para um mundo melhor onde certamente as pessoas estão providas do que precisam como no mundo cotidiano, mas onde as coisas estão liberadas do trabalho humilhante da utilidade.”¹⁹⁶

É provável que, ao pensar sobre o assunto, Benjamin tivesse como parâmetro coleções de livros e suas variações, tanto mais adequadas talvez para pensar o ato de colecionar como algo capaz de alterar o sentido de uma ordem natural das coisas. Ao que tudo indica contudo, o mesmo acontece entre as outras infinitas formas de colecionismo ou também entre fãs. No caso do fã de um grupo de *rock*, tal alteração de ordem ocorre diretamente na medida em que há, por parte da indústria fonográfica,¹⁹⁷ espaços bem

¹⁹⁶ BENJAMIN citado por ARENDT, **op. cit.**, p. 169.

¹⁹⁷ Ao contrário daquilo que ocorre entre colecionadores, a escolha de um artista como inspiração para um fã-clube encontra-se, na maioria das vezes, diretamente ligado ao espaço que o primeiro ocupa na indústria cultural. Ainda que objetos obscuros (“coisas que não servem para nada”, como diria Walter Benjamin) possam

determinados para divulgação e consumo do tipo de música que o grupo faz: qual o seu público, em que emissoras de rádio tocarão suas músicas, quanto tempo permanecerá entre os mais vendidos, etc. O ponto de vista do fã se desvia dessa estratégia comercial, na medida em que buscará outros sentidos para aquele tipo de música e artista.

Sob a perspectiva de um dos entrevistados, dono à época do domínio www.roxette.com.br, haveria uma nítida diferença entre a música da dupla e os interesses dos produtores, gravadora ou emissoras de rádio. Ainda que reconheça que o auge da dupla tenha ocorrido por volta dos anos oitenta, o entrevistado aponta o fato da maioria das pessoas considerar a dupla extinta, quando, na verdade e desde então, várias fases se sucederam, com o grupo se mantendo em atividade até hoje. Como é comum acontecer entre fãs ou colecionadores, o crescimento de seu interesse pelo grupo (seguido do intercâmbio que mantém com outros fãs) terminou produzindo interpretações particulares a respeito do mesmo, muito freqüentemente desvinculadas daquilo que a gravadora disponibiliza para o público em geral. Possivelmente por este motivo, e conforme foi observado anteriormente, não é comum esse tipo de fruição despertar grande atenção ou interesse por parte dos produtores, por maior que seja o interesse e dedicação demonstrados por um fã. Nesse e em outros casos, a reinvenção do tema em questão apresenta-se incompatível com a própria idéia de sua exploração comercial.

É muito significativo, nesse sentido, que o fã de um seriado como “Jornada nas Estrelas” tente distinguir seu gosto daquele associado ao grande público. Não apenas por uma questão de distinção, um *trekker* demonstrará as eventuais incoerências da série, o desenvolvimento e características de cada uma de suas muitas fases, as inúmeras discussões científicas suscitadas pelas especulações feitas em alguns episódios, etc. De modo que, do seu ponto de vista, o incrível da série tem a ver não necessariamente com seu sucesso comercial ou com aquilo que veio a figurar nos meios de comunicação de massa, mas sim, e a despeito de tudo isso, com um leitura particular do conjunto e de cada episódio.

facilmente inspirar o início de alguma coleção, dificilmente algum fã-clube será formado em torno de algum grupo ou indivíduo desconhecidos do grande público.

De forma idêntica, no caso de um colecionador de automóveis dos anos sessenta, a idéia de construir um outro sentido para o objeto é imediatamente percebida no fato de que os mesmos não possuem nenhuma finalidade de uso (principalmente se comparados aos fãs de um seriado, que afetivamente assistiram e eventualmente assistem cada um dos episódios) ou que podem estar ali na razão inversa de seu sucesso comercial. Nesse particular (como também em relação a outras coleções de automóveis) há uma oposição entre veículos que foram produzidos dentro de determinadas concepções mecânicas, estéticas, comerciais, etc e sua preservação numa coleção onde, não existindo mais nenhuma dessas condições, restaria a idéia de seu uso alternativo – preservação – no presente.

Assim, ainda que as ações de colecionadores e fãs impliquem em uma reinterpretação, e, nesse sentido, uma alteração da ordem na qual seus temas se encontravam inscritos, ainda que assim seja, seria arriscado afirmar como sendo sempre o passado o objeto dessa reconstrução. E, como consequência, atribuir um caráter necessariamente revolucionário a suas práticas. As próprias observações de Benjamin a esse respeito, mesmo apontando os vínculos entre as práticas de um colecionador e a modernidade – na medida em que o mesmo alteraria com sua percepção o sentido tradicional de uma ordem estabelecida – não permitem a conclusão de que o primeiro estendesse esse caráter revolucionário a, *necessariamente*, todo tipo de colecionismo e colecionador. Em outros termos, parece haver nessas práticas monotemáticas de consumo um paradoxal diálogo entre o passado e o presente: se por um lado há uma reconstrução, no presente, de algo que existiu fundamentalmente no passado, por outro, há também uma reconstrução do passado na medida em que sua interpretação não é feita numa totalidade, mas apenas em função da presença, lá, de um único objeto. Desse modo, um colecionador de forte apaches reinventará o uso dessas miniaturas no presente, por meio de diversas classificações, comparações históricas, estratégias dos fabricantes, etc. Ao mesmo tempo, a época na qual o brinquedo existiu (ou mesmo o tempo histórico – do “velho oeste” – ao qual o mesmo se refere), longe de ser o tempo e a ordem de muitas outras coisas, é o tempo de uma memória particular, construída em

torno de uma miniatura ou de um único e idealizado período da história americana.

Ainda que tanto o passado (o contexto) quanto o presente (o objeto) sejam assim reescritos por colecionadores e fãs, é em relação ao primeiro que invariavelmente se voltam seus maiores e melhores interesses.¹⁹⁸ O porquê disso parece estar, naturalmente, relacionado à busca de uma garantia que só poderia ser fornecida pelo passado e relacionada a posse de uma coleção ou filiação a algum fã-clube. No primeiro caso, o passado se apresenta como o tempo mítico que poderia ser paralisado e ter suas melhores características fixadas por meio de diversos relatos. Se, em relação a outros acontecimentos históricos, o passado encontra-se longe de ser algo tão fixo (por meio da forma como sempre poderá ser reescrito e reinterpretado), dificilmente o será em sua relação com uma coleção ou algum fã-clube. No caso destes, uma vez definido o mito,¹⁹⁹ o problema de sua autenticidade simples e sintomaticamente deixa de existir (posto ser essa a garantia de imutabilidade buscada pelo fã ou colecionador), restando apenas o prazer ligado à sua contínua atualização. A afirmação de um colecionador de filmes de faroeste é bastante esclarecedora ao observar a pouca relevância dos acontecimentos históricos em que o gênero se baseia, uma vez que o mais importante seria a “história do filme”.

Em larga medida o centro do elevado interesse e dedicação apresentados por colecionadores e fãs está relacionado ao fato de seus adeptos transferirem para um objeto ou ídolo uma sociabilidade que nesses espaços não encontraria grandes obstáculos para seu desenvolvimento. Num contexto – o das sociedades modernas – em que a ordem cotidiana é continuamente alterada e oferece graus muito pequenos de previsibilidade e estabilidade ao indivíduo, o desenvolvimento de uma coleção parece oferecer exatamente o

¹⁹⁸ Se em alguns casos a presença do passado pode se apresentar como algo evidente (jipes americanos fabricados no ano de 1951; Elvis Presley, etc.), em outros sua constituição é algo inevitável: mesmo colecionadores de ônibus ou fãs de seriados que ainda são produzidos e exibidos (por exemplo, “Arquivo X”) permanecem tendo como referência central os primeiros modelos, primeiros episódios, etc.

¹⁹⁹ É interessante perceber como esta construção do mito entre colecionadores e fãs parece não apresentar nenhum tipo de conflito relacionado às definições do objeto ou ídolo.

oposto disso: ao viver sua vida principal²⁰⁰ no tempo da coleção, o aficionado tem a garantia de um tempo e de circunstâncias que não se modificarão, garantindo-lhe uma estabilidade que a vida cotidiana não parece mais oferecer. Em “O medo à liberdade”, Erich Fromm observa exatamente este aspecto da vida nas sociedades modernas, nas quais

A vastidão das cidades em que o indivíduo se sente perdido, edifícios altos como montanhas, um constante bombardeio acústico pelo rádio, grandes títulos nos jornais que mudam três vezes por dia e não permitem a ninguém decidir por si o que é importante, espetáculos em que uma centena de moças demonstra sua habilidade com precisão de um mecanismo de relojoaria para eliminar a individualidade e agem como uma máquina poderosa embora suave, o ritmo incisivo da música moderna – estes e muitos outros pormenores são expressões de uma constelação em que o indivíduo se defronta com dimensões incontroláveis, ante as quais ele é uma partícula minúscula. Tudo o que lhe resta fazer é acertar o passo como um soldado em marcha numa esteira rolante. Ele pode fugir – seu sentimento de independência e significado, porém, desapareceu.²⁰¹

Mesmo que essa concepção do mundo moderno pareça exagerar a idéia de controle sobre a ação dos indivíduos (como o fizeram alguns dos teóricos da Escola de Frankfurt, à qual Erich Fromm era ligado)²⁰² seria talvez insuficiente considerá-la apenas por este aspecto. Uma das idéias centrais de “O medo à liberdade” é a da existência de uma diferença fundamental entre o mundo antigo e o moderno: se no primeiro caso o indivíduo nascia dentro de um contexto que lhe antecipava quase que inexoravelmente os caminhos dentro dos quais sua vida seria vivida, ao indivíduo moderno nenhuma garantia poderia ser dada em relação aos espaços sociais dentro dos quais sua existência viria a se desenvolver:

A história da Europa e da América a partir do fim da Idade Média vem a ser a história do surto do indivíduo em sua plenitude. É uma marcha que se iniciou na

²⁰⁰ Bem ou mal sucedidos em seus negócios particulares, a principal identidade dos entrevistados parecia estar vinculada à sua condição de fã ou colecionador.

²⁰¹ FROMM, Erich. **O medo à liberdade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1970. p. 111.

²⁰² É preciso lembrar que “O medo à liberdade” foi escrito em 1941; num período em que a possibilidade de vitória do nazismo parecia algo próximo e real. Erich Fromm observa, contudo, que os riscos de controle sobre a vida dos indivíduos derivariam não apenas das experiências totalitárias, mas também no contexto das democracias capitalistas.

Itália, durante o Renascimento, e que só parece ter atingido agora o seu clímax. Foram necessários mais de quatrocentos anos para desagregar o mundo medieval e libertar as pessoas das peias mais aparentes. Porém, embora em muitos aspectos o indivíduo tenha crescido, tenha-se desenvolvido mental e emocionalmente, participando das realizações culturais de maneira jamais antes vista, cresceu também o hiato entre a “liberdade” e a “liberdade para”. O resultado desta desproporção entre a emancipação de qualquer vínculo e a falta de possibilidades para a realização positiva da liberdade e da individualidade conduziu, na Europa, a uma fuga apavorada da liberdade para o jugo de novos grilhões ou, no mínimo, para um indiferentismo social.²⁰³

Segundo Fromm, a liberdade conquistada pelo homem moderno torna-se um problema na medida em que a mesma perde, no capitalismo, qualquer possibilidade de significar uma auto-determinação do indivíduo. Entre os muitos riscos que acompanham esta liberdade encontra-se a aceitação de sistemas políticos que significariam a anulação desta mesma liberdade. Ou como variações daquilo que o autor chama de “mecanismos de fuga”, em relação às quais a indústria de consumo se apresenta grandemente vinculada.

Nesse sentido, o consumismo moderno e as práticas de colecionadores e fãs em particular parecem guardar incômodos vínculos com as observações de Erich Fromm. Entre estes, a “troca” do mundo da vida cotidiana moderna pelo mundo da coleção ou do ídolo equivaleria a uma troca entre um mundo inseguro, instável e conflituoso por outro seguro, estável e destituído de conflitos. Mesmo que os graus de dedicação a uma coleção ou culto de determinada personalidade possam variar muito e atingir níveis muito elevados, é caso de notar que, ainda assim, tais trocas parecem ser bastante compensadoras na avaliação de seus executores: em lugar da busca por muitas coisas, busca-se um único tipo de coisa (o que pode, efetivamente, simplificar enormemente a vida do indivíduo); essa única coisa buscada é também a mais desejada; o contato com outros entusiastas do tema é quase sempre algo bastante agradável, etc.

²⁰³ FROMM, **op. cit.** p. 39.

Parece sintomático, nesse sentido e além daquilo que já foi anteriormente observado, que as práticas e os espaços de colecionismo sejam tão sistematicamente definidos e circunscritos. Há uma evidente utilização, por parte dos entrevistados, de critérios capazes de definir e separar de maneira muito nítida o tema eleito de outros temas; aquilo que lhes diz respeito daquilo que não se refere ao assunto, etc. Um colecionador de forte apaches organiza, classifica, e adquire novas peças para sua coleção dentro de critérios que não permitem dúvida a respeito do que poderia ou não fazer parte da mesma. Um fã de filmes de faroeste, em meio à imensa lista do gênero, separa o tipo de filme que diz respeito à sua atividade de fã e colecionador. Ou ainda um colecionador de jipes Willys fabricados no ano de 1951 construirá um território muito nítido, dentro do qual se encontra tudo aquilo que se relaciona ao veículo: os próprios carros, publicações especializadas, oficinas de restauração, grupos de discussão na *internet*, etc. Nesses e em todos os outros casos há uma separação muito precisa entre o mundo que se refere à personalidade ou objeto e tudo aquilo que a isso não diz respeito. Separação que, em contraposição, não parece ser regra em outros campos da atividade humana: são freqüentes os pontos de imprecisão na ciência, nas artes, lazer, religião, etc.

Tal precisão no estabelecimento de um campo de atuação, comum a todos os colecionadores e fãs, parece ter relação com uma necessidade de que seus limites não sejam confundidos ou contaminados com nenhuma exterioridade capaz de alterar a estabilidade que possuem. Em outros termos, ao separarem com precisão aquilo que pertence daquilo que não pertence ao campo de seu interesse, colecionadores e fãs garantem às suas práticas uma autonomia que seria, em parte, causa de sua própria atividade. Esta, isolada do mundo exterior, passará a oferecer ao aficionado ou grupo de aficionados uma sociabilidade que em larga medida independe das alterações provocadas por causas seculares (modismos, leis de mercado, relações familiares, etc).

Uma vez que as práticas de colecionadores e fãs estejam relacionadas a uma estabilidade, autonomia e sociabilidade que, mais que em qualquer outro espaço da vida social, encontram na posse de uma coleção ou na dedicação a algum ídolo sua forma ideal; uma vez que isso aconteça torna-se

necessário definir e circunscrever de forma precisa os limites que separam tais práticas de outras existentes no mundo exterior. Assim, a mais imediata e óbvia distinção feita por um colecionador ou fã a respeito de seus temas se refere ao porquê de haver se interessado por aquele e não por qualquer outro tema.

As respostas para esta questão, além de enaltecerem as características notáveis e incomuns do objeto ou personalidade em questão, estabelecem uma separação entre o mundo das coisas comuns e o mundo do objeto ou personalidade eleitos. Entre outros grandes cantores, Elvis Presley não foi apenas grande; foi também um artista completo, dono de características que o tornavam um cantor incomparável já nos anos 50, etc. O grupo canadense Rush se notabiliza pela competência e preciosismo musical de seus membros, que por sua vez possuem uma vida pessoal exemplar, demonstram grande respeito pelos fãs, etc. Os veículos utilizados pela Viação Cometa S.A. se distinguiam não apenas por conta de seu *design station coach*, mas também pelo fato de serem fabricados pela própria empresa, terem sua corroteria fabricada em duraluminio, etc. Os carros fabricados pela Chrysler do Brasil entre os anos 60 e 80 (em particular o modelo Dodge Dart) não poderiam ser comparados a nenhum outro em termos de conforto, opulência, etc. Comum a todos os casos, a excelência ou notoriedade do objeto ou personalidade era também aquilo que os circunscrevia e distingua de outros espaços da vida social.

Efetivamente não parece haver, entre fãs e colecionadores,²⁰⁴ casos de ambigüidade: ainda que não haja uma maior preocupação em definir formalmente características e limites, há sempre uma constituição ainda que intuitiva dos mesmos envolvendo características do objeto, tempo, raridade, comparação com objetos e personalidades “concorrentes”, etc. Muitas vezes, os problemas de definição e ambigüidade não se apresentam sequer como relevantes. Caso, por exemplo, dos aficionados por quadrinhos, entre os

²⁰⁴ Quando, efetivamente e não fosse o motivo apontado, tais ambigüidades poderiam ser encontradas: um colecionador de filmes de faroeste poderia não se preocupar em estabelecer os limites de um gênero tão vasto e sujeito a imitações. No entanto, e de forma semelhante a outros colecionadores ou fãs, o campo alcançado por seu gosto é nítido o suficiente para excluir tudo que escape à sua própria definição de filmes de faroeste.

quais os limites do campo parecem ser tão nítidos do ponto de vista do grupo quanto imprecisos para qualquer não aficionado.

Uma vez eleito o ídolo ou objeto da coleção, passam a ser remotas as chances de que algo venha a alterar o caráter fechado e auto-suficiente do culto a alguma personalidade ou objeto. Tal estabilidade corresponderia, nesse sentido, ao propósito de perenidade buscados por fãs e colecionadores. Se, por um lado, há uma desconstrução da ordem estabelecida por meio do deslocamento funcional do objeto colecionado, por outro e ao mesmo tempo, há um enorme esforço de preservação da ordem em que o mesmo se encontrava originalmente inscrito. Não obstante esta oposição, tanto uma quanto outra tendência contribuem para que os espaços de sociabilidade construídos em torno das práticas de fãs e colecionadores se estabeleçam como espaços – tal como ocorre com museus, que são também coleções – cujo tempo (mas não apenas o tempo) como que perderia a linearidade de sua duração. Dito de outro modo, a eleição de um objeto ou personalidade por um grupo de colecionadores ou fãs implica sua inserção num “tempo mítico” que passará a ser por estes continuamente atualizado. De modo diverso ao que ocorre no mundo das coisas comuns, os objetos ou personalidades eleitas deixam de ter desenvolvimento e fim para existirem no domínio do “sempre”.

Ao serem criadas em torno de objetos ou personalidades imunes à ação do tempo, as práticas de colecionadores e fãs adquirem a autonomia e o fechamento que tão freqüentemente caracterizam o mundo dos aficionados. Desse modo, as atividades dos membros da Frota Estelar Brasil²⁰⁵ possuem como referência central a versão mais conhecida do seriado (a chamada “série clássica”). Ainda que outras quatro versões tenham sido produzidas para a televisão, bem como lançados longa-metragens, livros, atores da primeira série costumem correr o mundo dando palestras a respeito do seriado, etc; ainda assim todo o universo *trekker* gira em torno de um núcleo central; consensual, estável, não modificável, etc. A existência desse núcleo central forneceria aos fãs do seriado a sensação – central, conforme foi anteriormente observado – de estabilidade e auto-referenciamento capazes

²⁰⁵ É este o nome do maior e mais estruturado fã-clube do seriado americano *Star Trek*.

de fazer desse espaço e de sua sociabilidade um universo auto-suficiente. No caso de grupos dedicados a temas “históricos” o domínio do passado é ainda mais evidente. Os colecionadores e fãs de filmes de faroeste tenderiam igualmente a cultivar seu gosto e estabelecer suas práticas em torno de um passado que não se modifica²⁰⁶ e que, exatamente por não se modificar, é capaz de lhes fornecer essa espécie de salvo-conduto em meio a um mundo inteiro de coisas e situações que continuamente se alteram.

À semelhança do que ocorre no caso de temas que estejam diretamente ligados ao passado, também os aficionados por temas dotados de alguma contemporaneidade parecem proceder de acordo com princípios semelhantes. Um busólogo, um aficionado por quadrinhos, ou um fã do grupo Rush estarão empenhados em colocar suas atividades de colecionadores ou fãs, mesmo que seus objetos de culto ainda sejam produzidos ou ainda atuem como músicos, dentro de estruturas fechadas à prova de quaisquer riscos de alteração; tão mais interessantes e compensadoras quanto mais fechadas e avessas ao mundo exterior possam ser organizadas. Mesmo que níveis semelhantes de “consciência e intencionalidade” nem sempre se apresentem tão evidentes e explícitos, a perspectiva utilizada pelos próprios aficionados e revelada por meio de entrevistas demonstrou quase exatamente isso.

De resto, a predisposição de fãs e colecionadores em delimitarem espacialmente suas práticas, evitando maiores riscos de serem contaminadas pela ação do mundo exterior, encontra-se estreitamente vinculada às características inicialmente descritas na definição de tais práticas: (a) eleição de uma categoria de objetos (ou uma personalidade, no caso de fãs) em relação à qual o culto é organizado; (b) perfeita distinção entre o objeto de culto e suas versões impuras (imitações, covers, critérios de desclassificação, etc); (c) elaboração de uma explicação fundadora, capaz de justificar a singularidade e primazia do objeto eleito sobre todos os demais; (d) utilização de critérios classificatórios (hierárquicos, cronológicos, etc) para efeito de organização das práticas devocionais; (e) exercício de algum tipo de proselitismo ou divulgação dos significados particulares do objeto ou

²⁰⁶ Ou, dito de outro modo, um passado interpretado de uma única forma, e, nesse sentido, não modificável.

personalidade eleita. Ou seja, como se as próprias características que definem a condição de um aficionado concorressem para a construção dessa espécie de “fechamento institucional” que marca suas diversas modalidades.

Ainda que outros significados possam ser retirados do conjunto das práticas de colecionadores e fãs, suas principais características indicam, como um todo, o princípio de uma prática que busca, antes de mais nada, separar e definir de forma nítida o mundo da coleção ou do ídolo do mundo exterior (em grande medida e naturalmente, também “freqüentado” por todo e qualquer aficionado). Nesse sentido, suas práticas só muito imperfeitamente poderiam ser tomadas como simples resultado de alguma compulsão irracional. Poderiam, antes disso, serem entendidas como sendo resultado consciente de práticas que buscariam construir o isolamento do conjunto de coisas colecionadas do universo de coisas exteriores. Tanto quanto as características acima indicadas, a redefinição ou reinvenção da personalidade ou objeto colecionado concorreria igualmente para o mesmo efeito, na medida em que esta sua reelaboração implica uma separação não apenas do mundo exterior quanto do próprio contexto original do objeto.

A hipótese de que os universos construídos por colecionadores e fãs são vividos como mundos satisfatórios porque isolados e auto-referenciados parece encontrar correspondência nos relatos fornecidos pelos entrevistados. Efetivamente e independendo da atividade, posição social, escolaridade, etc do entrevistado, o espaço reservado ao tema escolhido apresenta-se invariavelmente como algo melhor, mais interessante, divertido, etc, que quaisquer outras atividades disponíveis. Exatamente por serem estes os espaços sobre os quais existem maiores “quantidades” de liberdade, controle, satisfação, etc. Em outros termos, espaços únicos cujo maior fascínio vem talvez do fato de associarem o mais particular gosto individual ao maior controle possível sobre sua administração.

A característica satisfação “em si mesma” dos universos de fãs e colecionadores alimenta-se de uma aparentemente inesgotável exploração de suas possibilidades: independente da complexidade e extensão do tema escolhido – de canivetes a filmes de faroeste –, o risco de esgotamento da devoção ao objeto ou personalidade parece ser inexistente. A percepção, por

parte do aficionado, de serem quase infinitas as possibilidades de fruição do tema escolhido faz crescer seus vínculos com um mundo que, ao contrário de outros – os numerosos mundos da vida cotidiana, por exemplo – possui uma extensão exata e tacitamente definida como infinita.

Além da dedicação geral ao próprio tema, o gosto de um fã ou colecionador pode crescer em variadas proporções, especializando-se em algum ponto particular, relacionando-se com outros aficionados, montando páginas na *internet*, etc. Um colecionador de ônibus dividirá seu interesse pelo tema entre ônibus urbanos e rodoviários, empresas particulares, sistemas de transporte rodoviário de passageiros no mundo, sistemas de transporte rodoviário de passageiros no Brasil, etc. Um fã da dupla sueca Roxette terá acumulado em sua coleção mais de 40 CDs do grupo, não obstante a discografia oficial do mesmo se limitar a apenas 13 discos. Além das músicas propriamente ditas, sua atividade de fã irá se estender ao contato com outros fãs (no Brasil e no exterior), a acompanhar a trajetória pessoal dos músicos, etc. Em todos os casos, a certeza de se tratar de um espaço cuja exploração é inesgotável parece conferir enorme fidelidade e prazer aos membros. Acrescente-se que, com a popularização do uso da *internet*, tal caráter inesgotável assumiu contornos ainda mais satisfatórios do ponto de vista dos mais diversos aficionados. Se, como foi observado por alguns dos entrevistados, o uso da *internet* retira um sentido pessoal e particular à busca de informações e troca de correspondência entre os mesmos, por outro lado diminui incrivelmente custos de pesquisa, intercâmbio, cotação, etc. O conhecido conto de Jorge Luís Borges²⁰⁷ que trata da existência de uma biblioteca absolutamente completa se aproxima muito, nesses termos, do sentido de infinitude que a *internet* imprimiu aos também infinitos mundos do colecionismo.

Teoricamente qualquer coisa ou qualquer pessoa poderia vir a se tornar objeto de uma coleção ou tema de um fã-clube. Excluída talvez a fração de coisas ligadas à natureza, freqüentemente encontradas nos museus de mineralogia, paleontologia, etc, quase toda a parte restante de objetos colecionáveis tem como origem algum processo de fabricação seriada. A

²⁰⁷ BORGES, Jorge Luís. A biblioteca de Babel. In: **Ficções**. São Paulo: Abril Cultural, 1972. pp. 84-94.

existência de uma produção em escala de objetos semelhantes ou praticamente iguais não parece interferir naquilo que é comumente encontrado como razão para iniciar uma coleção e, quase sempre, motivo para administrar uma coleção: respectivamente a singularidade do objeto e sua autenticidade. Segundo Philipp Blom

Foi a produção em massa que permitiu a uma grande variedade de pessoas se entregarem à fantasia, inundando o mundo com uma multidão de coisas baratas. Foi o momento de democratização do ato de colecionar. Enquanto a moda da *naturalia* e da *artificialia* exigia boas relações e dinheiro para adquirir espécimes exóticos de pássaros, pedras ou plantas, ou para comprar obras de arte, para encomendar a artistas obras originais e escavações a ladrões de túmulos, objetos produzidos em massa puderam ser colecionados pelas próprias pessoas às quais se destinavam: as pessoas comuns.²⁰⁸

E ainda, observando as mudanças trazidas pela produção em massa dos mais variados objetos e os inusitados desdobramentos que isso provoca no campo do colecionismo:

A graça dos artigos de consumo incessantemente produzidos tem seu lado negativo, é claro. A disponibilidade adquirida anda de mãos dadas com a perda da autenticidade, e a fome do verdadeiro, do único e do raro torna-se ainda mais forte. Colecionadores procuram edições limitadas, raros erros de impressão, primeiras edições, e objetos com defeitos interessantes justamente porque eles restabelecem sua singularidade, enquanto outros dão às costas para o mercado da produção em massa, e colecionam coisas que não são e não podem ser produzidas em massa: antigüidades e velhos pintores, conchas, borboletas. Nada, com efeito, é mais importante do que recuperar essa autenticidade, e por causa dessa fome do original sempre haverá um mercado fornecendo falsificações, coisas feitas para parecer aquilo que não são (embora elas também sejam, consequentemente, colecionadas). O colecionador e o fraudador vivem em incômoda proximidade.²⁰⁹

No caso da singularidade do objeto, parece ser sempre necessário que o aficionado perceba no mesmo alguma característica que lhe pareça absolutamente extraordinária; suficientemente extraordinária para que

²⁰⁸ BLOM, **op. cit.**, p. 193.

venha a se constituir em sua melhor e mais desejada ocupação.²¹⁰ Naturalmente que esse julgamento – que faz de qualquer coisa algo absolutamente incomum – refere-se à perspectiva do colecionador, independendo de seu motivo. Em relação à autenticidade do objeto, ainda que o mesmo possa em alguns casos ser colocado como motivo de início de uma coleção²¹¹ – quando sua singularidade encontra-se ligada ao seu caráter de coisa autêntica – em algum grau pode também ser encontrada em todos os gêneros de colecionismo.

Se em certos casos a busca dessa autenticidade parece óbvia – moedas de ouro espanholas do século XVII, violinos *Stradivarius*, etc – em todos os outros seu surgimento é, por assim dizer, construído pela lógica do aficionado: um jipe Willys fabricado no ano de 1951 (se sofreu alguma modificação, se foi mesmo produzido no ano de 1951, se possui em seu histórico alguma particularidade de uso, etc); um forte apache de determinada marca (se está completo, se possui alguma peça danificada, etc); LPs importados de determinado grupo de *rock* (se contêm os encartes originais, se encontram-se em perfeitas condições de uso, se o autógrafo da capa é autêntico, etc). Em todos os casos, à escolha do objeto ou personalidade cujas características são consideradas incomuns, segue-se uma progressiva construção de critérios que irão nortear seus variados níveis de autenticidade.

No entanto, por que isso ocorre? Que relação poderia haver entre a singularidade de um objeto encontrado na natureza – uma pérola negra – e outro – um automóvel, por exemplo – produzido de forma seriada? Ou ainda, como entender que o critério da autenticidade, utilizado na avaliação de uma pintura do século XVIII, possa também ser buscado em objetos produzidos em série? Como resposta, seria preciso observar que, nas duas situações, a possibilidade de reprodução técnica de um objeto significaria

²⁰⁹ BLOM, **op. cit.**, p. 193.

²¹⁰ A expressão “principal” não significa, necessariamente, aquela que confere ao colecionador ou fá maior renda, ou lhe consuma maior quantidade de tempo, ou de dinheiro, etc. Significa, antes de tudo e do ponto de vista deste, sua atividade de maior interesse.

²¹¹ Quando, por exemplo, a singularidade descoberta no objeto encontra-se diretamente relacionada à sua autenticidade: hipoteticamente ilustrariam o caso uma coleção de pérolas negras, armas específicas utilizadas em determinado conflito, etc.

menos a perda irreversível de uma característica única que uma descoberta, por meio de diversos critérios, daquilo que singulariza um objeto ou artista, independendo dos esforços que tenham sido feitos para, produzindo-o em série, torná-lo algo comercialmente viável. Do ponto de vista de seus produtores, uma imensa parte de objetos e temas colecionados encontram-se longe de possuir um caráter único e exclusivo: sua produção voltada para o mercado implica a repetição e reprodução de uma mesma idéia e de um mesmo consumo.²¹²

Por outro lado, segundo a perspectiva de alguns de seus consumidores – entre eles colecionadores e fãs – parece ser freqüente a reconstrução e redefinição de sentidos originalmente buscados pela indústria de consumo. Se em alguns casos essa redefinição pode se manifestar como oposição direta ao uso pretendido pelo fabricante – um filme que, lançado originalmente como entretenimento passageiro, é repentinamente elevado à condição de *cult* – em outros, os mesmos objetos e personalidades serão posterior e progressivamente reinventados fora das características que originalmente os direcionava ao mercado. Nesse caso, é quase inevitável a presença do tempo, que, retirando o produto do momento de seu consumo ordinário, o transfere para um espaço em que será consumido por conta de suas características incomuns – e, principalmente, redefinidas como incomuns por consumidores e colecionadores.

Escrevendo sobre a autenticidade da obra de arte, Benjamin tentará notar que modificações poderiam ocorrer em função da possibilidade de sua reprodução técnica. Mesmo que o processo de sua reprodução seriada seja visto como algo irreversível, Benjamin parece perceber que, ao mesmo tempo que uma perda, haveria uma mudança da natureza do objeto e dos próprios indivíduos que, afinal, participaram e promoveram essa mudança.

O aqui e agora do original constitui o conteúdo da sua autenticidade, e nela se enraíza uma tradição que identifica esse objeto, até os nossos dias, como sendo aquele objeto, sempre igual e idêntico a si mesmo. A esfera da autenticidade, como um todo, escapa à reproduzibilidade técnica, e naturalmente não apenas à

²¹² Paradoxalmente há um grande esforço, por parte das agências de publicidade, para tornar objetos idênticos, produzidos aos milhares e milhões, em coisas únicas e “feitas para você”.

técnica. Mas, enquanto o autêntico preserva toda a sua autoridade com relação à reprodução manual, em geral considerada uma falsificação, o mesmo não ocorre no que diz respeito à reprodução técnica, e isso por duas razões. Em primeiro lugar, relativamente ao original, a reprodução técnica tem mais autonomia que a reprodução manual. Ela pode, por exemplo, pela fotografia, acentuar certos aspectos do original, acessíveis à objetiva – ajustável e capaz de selecionar arbitrariamente o seu ângulo de observação graças a procedimentos como a ampliação ou a câmara lenta, fixar imagens que fogem inteiramente à ótica natural. Em segundo lugar, a reprodução técnica pode colocar a cópia do original em situações impossíveis para o próprio original. Ela pode, principalmente, aproximar do indivíduo a obra, seja sob a forma da fotografia, seja do disco. A catedral abandona seu lugar para instalar-se no estúdio de um amador; o coro, executado numa sala ao ar livre, pode ser ouvido num quarto.²¹³

No caso de uma coleção ou de um fã-clube, cujos temas são, em sua imensa maioria, relativos a alguma série industrial, a busca da autenticidade ou da unicidade parece encontrar-se relacionada a uma reinvenção do objeto ou personalidade em questão. Como evidência disso poderia ser observada a distância existente entre os meios utilizados na divulgação do tema – publicidade, etc – e sua fruição pelo colecionador ou fã. Comumente não há relação direta, causal ou determinante, entre a divulgação do tema via meios de comunicação de massa e as práticas de colecionismo, sugerindo neste caso uma não utilização, por parte do aficionado,²¹⁴ de um ponto de vista que tome o objeto em sua exclusiva condição de mercadoria (em relação a qual a publicidade cumpre o papel de representação).

Assim, ainda que colecionadores de carros antigos possam ter adquirido esse gosto e interesse à época em que os mesmos ainda eram produzidos e divulgados por meio da publicidade, ainda assim a administração desse gosto é feita de modo a recriar outros sentidos para veículos que um dia foram tão somente mercadorias. De forma mais evidente, um *trekker*²¹⁵ discutirá, a partir do seriado, questões que muito provavelmente teriam

²¹³ BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reproducibilidade técnica. In: **Obras escolhidas - volume I**. São Paulo: Brasiliense, 1993. p. 168.

²¹⁴ Mas não no caso de um fã. Como foi visto no primeiro capítulo a idéia de fã-clube encontra-se estreitamente ligada ao início do cinema e surgimento de seus primeiros “astros”.

²¹⁵ O termo “trekker” é utilizado pelos fãs do seriado “Jornada nas Estrelas” para efeito de auto referência.

escapado às intenções do diretor da série. Mesmo que esta, cuja primeira versão foi ao ar em 1966, buscasse como muitas outras do gênero alcançar apenas um grau satisfatório de audiência, ainda assim este propósito foi em boa medida substituído por aquilo que seus muitos e entusiasmados fãs passaram a criar a respeito das viagens da nave *Enterprise*.²¹⁶ Dos casos analisados e em relação ao paradoxo apontado, o grupo de colecionadores de ônibus se apresentou como paradigmático. Mesmo que critérios de singularidade e autenticidade dificilmente possam ser associados à fabricação de um veículo de transporte rodoviário de passageiros, seu uso convencional numa empresa produz precisamente o surgimento do interesse de seus colecionadores a respeito dos inúmeros modos que permitem transformar seu caráter seriado e racional em algo tão precioso e único.

Tanto quanto a transformação ocorrida na arte a partir do surgimento de suas técnicas de reprodução, que terminariam alterando tanto o comportamento do público quanto a própria natureza da arte, as práticas de fãs e colecionadores apresentariam uma paradoxal modernidade na medida em que reinventam os sentidos de um mundo de objetos e de produções artísticas originalmente produzidos sob forma de mercadoria. Uma aparente contradição relacionada à modernidade dessas práticas diz respeito ao papel central que o passado aí exerce, na medida em que colecionadores e fãs buscam reter e preservar, por meio dos mais variados recursos, características e sentidos que tenderiam a se perder com o tempo. Contudo, se por um lado busca-se assim preservar o passado, por outro este mesmo passado é, por assim dizer, reinventado no presente dentro de outras perspectivas, uma vez destituído do peso que o antigo contexto lhe imprimiu. Comentando a obra de Benjamin, Hannah Arendt parece perceber esse sentido moderno, contido nas práticas de todo colecionador:

O colecionador destrói o contexto onde seu objeto outrora apenas fez parte de uma entidade maior, e como somente o único genuíno interessa a ele, é preciso purificar o objeto escolhido de tudo o que há de típico

²¹⁶ É interessante notar que as seguidas continuações que o seriado suscitou – quatro, ao todo – tentaram, por meio da potencialização dos traços que teriam sido responsáveis pelo sucesso da série, alcançar graus semelhantes de sucesso comercial. Possivelmente os elementos que foram determinantes no sucesso da chamada “série clássica” não estivessem em condições de serem simples e “tecnicamente” transferidas para outros atores e séries.

nele. A figura do colecionador, tão antiquada quanto a do *flâneur*, podia assumir traços tão eminentemente modernos em Benjamin porque a própria história – isto é, a ruptura da tradição que ocorreu no início deste século – já o liberara dessa tarefa de destruição, e só lhe foi preciso, por assim dizer, inclinar-se para selecionar seus preciosos fragmentos entre o monte de destroços. Em outras palavras, as próprias coisas ofereciam, principalmente a um homem que encarava o presente com firmeza, um aspecto que antes só poderia ser descoberto a partir da perspectiva extravagante do colecionador.²¹⁷

O mesmo desajuste de posição que permite a um colecionador deslocar a tradição do passado, lhe permitirá estabelecer um outro entendimento a respeito da reprodutibilidade técnica do objeto. Por um lado a reprodução técnica de diversos objetos – ou, de forma mais geral, sua produção em escala – acelerou o consumo de coisas quase idênticas por indivíduos dotados de uma percepção também quase idêntica. Por outro, consumidores atípicos – colecionadores e fãs – apresentam-se inclinados ao consumo de objetos cujas características, destituídas de atualidade, os fez perderem seu sentido habitual de consumo.

Hannah Arendt observa que, “como Benjamin foi provavelmente o primeiro a ressaltar, o colecionar é a paixão das crianças, para quem as coisas ainda não são mercadorias e não são avaliadas segundo sua utilidade.”²¹⁸ Freqüentemente, por maiores e mais precisos que sejam os conhecimentos de qualquer aficionado a respeito de seu tema preferido, pouco uso será efetivamente dado a esse saber. A não ser que se trate de um improvável colecionador que também trabalhe como vendedor daquilo que coleciona,²¹⁹ as noções a respeito da funcionalidade ou utilidade do objeto colecionado não têm aí um significado senão acessório (inclusive por força do tema colecionado estar geralmente localizado no passado).

Mais que isso, parece importar ao colecionador ou fã, exatamente aquilo que apenas sua visão de colecionador tornou possível perceber num objeto como

²¹⁷ ARENDT, **op. cit.**, p. 171.

²¹⁸ ARENDT, **op. cit.**, p. 168.

²¹⁹ O que parece ser uma posição impossível de ser ocupada por uma só pessoa: os objetivos de um colecionador e de um vendedor – possuir e vender – aparentemente possuem um caráter excludente. Quando muito é possível encontrar um

algo singular e autêntico, mesmo que este tenha sido industrialmente produzido numa série de elementos idênticos. Pouco importaria ao colecionador de forte apaches o processo de produção industrial das miniaturas ou o número de unidades exportadas em determinado ano. Tais detalhes, mesmo que se refiram ao objeto escolhido pelo colecionador, simplesmente não fazem sentido por não se relacionarem àquilo que singulariza o objeto e só poderia ser percebido pelo colecionador (e que só viria a assumir alguma importância no caso de contribuírem de algum modo para a singularidade do objeto: um plástico não utilizado em nenhum outro brinquedo, um lote exportado a pedido de alguma instituição famosa, etc). De modo inverso, informações a respeito do modelo de chassi utilizado em determinados modelos de ônibus, veículos que estão em linha ou já saíram de circulação, etc, assumem grande importância entre colecionadores de ônibus: informações que, por mais prosaicas que possam parecer aos olhos dos não-iniciados, encontram-se diretamente ligadas àquilo que apenas um busólogo seria capaz de perceber como propriamente interessante num ônibus.

Tal capacidade de perceber algo extraordinário e singular em objetos aparentemente comuns, característica intrínseca a colecionadores e fãs, parece encontrar relação com a poética definição que Benjamin dá ao termo aura:

Em suma, o que é aura? É uma figura singular, composta de elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante, por mais perto que ela esteja. Observar, em repouso, numa tarde de verão, uma cadeia de montanhas no horizonte, ou um galho, que projeta sua sombra sobre nós, significa respirar a aura dessas montanhas, desse galho. Graças a essa definição, é fácil identificar os fatores sociais específicos que condicionam o declínio atual da aura. Ele deriva de duas circunstâncias, estreitamente ligadas à crescente difusão e intensidade dos movimentos de massas. Fazer as coisas “ficarem mais próximas” é uma preocupação tão apaixonada das massas modernas como sua tendência a superar o caráter único de todos os fatos através da sua reproduzibilidade. Cada dia fica mais irresistível a necessidade de possuir o objeto, de tão perto quanto

colecionador transformado em vendedor ou, menos freqüentemente, um vendedor transformado em colecionador.

possível, na imagem, ou antes, na sua cópia, na sua reprodução.²²⁰

O fato do público não iniciado classificar como excêntricas as práticas de colecionadores e fãs encontra-se na origem de um certo sentimento de incompreensão social freqüentemente mencionado pelos entrevistados em relação às pessoas mais próximas ou àqueles que compulsoriamente acompanham o culto à personalidade eleita ou a administração da coleção. Do ponto de vista destes, e dentro da lógica dos extremamente amplos, efêmeros e variados mundos do consumo, a opção de se dedicar voluntariamente ao consumo de um único tipo de objeto ou personalidade tende a ser interpretada como algo incompreensível.

Contudo, a perspectiva utilizada pelo colecionador implica, como observou Walter Benjamin, “uma relação com as coisas que não põe em destaque o seu valor funcional ou utilitário, a sua serventia, mas que as estuda e as ama como o palco, como o cenário de seu destino”.²²¹ Ou, ainda, pressupõe um olhar suficientemente treinado para perceber, a respeito de um único tema ou objeto, detalhes que escapariam a todo e qualquer não-colecionador. O fã de um grupo de *rock* sueco será capaz de perceber, após anos de dedicação ao grupo e já depois do mesmo haver desaparecido totalmente das “paradas de sucesso”, uma infinidade de detalhes que só a ele e outros fãs parece fazer sentido. Um colecionador de filmes de faroeste perceberá, num gênero considerado praticamente extinto, um universo de coisas que já não são propriamente aquelas pelas quais o estilo se tornou popular; perceberá, antes, aquilo que sobreviveu ou foi reinventado em meio a essa “técnica de reprodução comercial” e lhe chegou como espécie de aura de um período histórico ou mesmo de um tipo de cinema.

Ainda que cada vez mais colecionadores e fãs se dediquem ao culto de objetos e personalidades que um dia se encontraram inscritos na indústria de consumo, ainda assim, e paradoxalmente, o critério de autenticidade do tema permanece sendo importante. A idéia aí de “salvar objetos” tem talvez menos relação com algum tipo de nostalgia que com uma percepção que

²²⁰ BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reproduibilidade técnica. In: **Obras escolhidas – volume I**. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 170.

²²¹ BENJAMIN, Walter. Desempacotando minha biblioteca. In: **Obras escolhidas – volume II**. São Paulo: Brasiliense, 1993. p. 228.

vai além da funcionalidade ou preservação da memória do objeto. Em suas respectivas épocas e contextos originais, nem sempre grande importância era dada à autenticidade desses objetos.²²² O que faz com que, com o passar do tempo, sua autenticidade se converta em algo tão necessário tem exatamente a ver com a construção de sua singularidade por um grupo de colecionadores ou fãs. Por meio de um aprendizado (que pode assumir formas muito variadas), o aficionado adquire o dom de enxergar no objeto aquilo que lhe é absolutamente incomum, e, nessa condição, a ter sua característica notória buscada antes de qualquer outra.

Talvez seja necessário observar que esses níveis de controle e ação consciente, inerentes às práticas de colecionadores e fãs, não anulam o empenho com que esses grupos geralmente buscam preservar os objetos relacionados aos seus respectivos temas. Mesmo que a preservação de tudo aquilo que esteja relacionado ao assunto escolhido seja buscada, isso não significa, necessariamente, que seja ela mesma o objetivo principal do colecionador ou do fã. Este, como é propósito deste trabalho demonstrar, pode variar em determinadas direções e assumir diversas motivações; ao passo que as estratégias e práticas de preservação do passado não seriam senão consequência indireta dessas outras motivações. Um fã do grupo Rush pode, por diversos meios, preservar a turnê brasileira dos músicos através de fotos, bilhetes do show, gravações ao vivo; ou ainda se empenhar na preservação física desses e outros objetos. De modo semelhante, um colecionador de automóveis fabricados nos anos sessenta e setenta possui este período do passado como um dos elementos que constituem seu ofício de colecionador. Nestes e em outros exemplos, tanto quanto aquilo que é determinado pelo passado, ocupam espaço significativo a interpretação do próprio objeto, seus usos, as relações de sociabilidade estabelecidas com outros colecionadores, etc. Tal variação de arranjos e possibilidades, ainda mais complexa nos universos do consumo convencional, foi assim observada por Martín-Barbero:

Não estamos nem no terreno da tão combatida “compulsão consumista” nem no do repertório de atitudes e gostos recolhidos e classificados pelas pesquisas de mercado, mas tampouco no vago mundo

²²² Vinhos raros, determinados tipos de relógio, automóveis fabricados de forma artesanal, etc.

da simulação e do simulacro baudrillardiano. O espaço da reflexão sobre o consumo é o espaço das práticas cotidianas como lugar de interiorização muda da desigualdade social, desde a relação com o próprio corpo até o uso do tempo, o *habitat* e a consciência do possível para cada vida, do alcançável e do inatingível. Mas também como lugar da impugnação desses limites e expressão dos desejos, subversão de códigos e movimentos da pulsão e do gozo. O consumo não é apenas reprodução de forças, mas também produção de sentidos: lugar de uma luta que não se restringe à posse dos objetos, pois passa ainda mais decisivamente pelos usos que lhes dão forma social e nos quais se inscrevem demandas e dispositivos de ação provenientes de diversas competências culturais.²²³

As práticas de consumo de colecionadores e fãs, assim caracterizadas dentro de certa autonomia, contrastam com contextos que as colocam como opostas a isso. Ou seja, tanto os campos da produção quanto do consumo convencional, não direcionados a um único foco, se apresentam como esforço por determinar a escolha, a intensidade, a tempo de uso, etc, dos produtos a serem consumidos pelos indivíduos. Tais e variadíssimos universos apresentam seus objetos sob a forma comum de mercadorias. Enquanto tais, buscam adequar as práticas que lhes correspondem àquilo que se encontra disponível entre seus consumidores potenciais – padrões estéticos, inserção social, custos, etc – para efeito de reproduzir um mesmo consumo de outras mercadorias. Dito de outro modo, não obstante as dimensões e variações gigantescas desse consumo convencional (e de algum modo relacionado a essas medidas), suas consequências na vida dos indivíduos termina sendo a de uma formatação de escolhas, estilos, opções, tempos, lugares que é em muito desproporcional – posto que fortemente direcionada – aos espaços que ocupa na vida social. Se no campo deste consumo convencional tanto a produção quanto a aquisição de objetos encontra-se empenhada em fornecer a maior e mais variada quantidade possível de objetos dentro de um determinado padrão, por outro fãs e colecionadores se empenham, paradoxalmente, na construção de outros sentidos e de um outro tipo de consumo.

²²³ MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001. p. 302.

CONCLUSÃO

A divertida observação de Benjamin, a respeito do quanto pode parecer esquisito tudo que há para ser dito em relação a colecionadores, poderia ser compreendida menos como ironia do que como avaliação precisa a respeito do caráter incomum desses campos. O mundo das coleções não se constitui, de fato, num espaço de meias medidas: muito de tudo que aí se encontra presente parece revestido de um sentido estranho ao senso comum. Por mais que possam variar as abordagens e perspectivas utilizadas no estudo dos espaços ocupados por colecionadores e fãs, a idéia de excentricidade e exotismo, aos mesmos associada pela literatura e pelo próprio senso comum, permanece sendo sua mais conhecida característica. De fato e nesse sentido, poucas coisas poderiam estar mais distantes da idéia de normalidade que o empenho economicamente desinteressado na aquisição e cuidadosa preservação de objetos que não têm por finalidade serem (convencionalmente) consumidos e que pouco se distinguem uns dos outros. Num mundo em que o conceito de consumo se expande às mais variadas e improváveis modalidades, em que tudo pode ser encontrado num mercado onipresente, estabelecendo um uso rápido, descartável e no qual a compra de um objeto traz consigo o sentido de ser quase apenas e continuamente a compra de um objeto que antecede a compra de outro objeto; num mundo assim constituído, consumir uma única coisa, preservá-la, atribuir-lhe um sentido específico, etc, soa como algo quase incompreensível. E, como muitas vezes ocorre àquilo que não é habitual e não pode ser compreendido, algo a ser colocado no terreno do cômico e do pitoresco.

Em grande medida este trabalho tomou de empréstimo à antropologia a perspectiva de observar aquilo que nos é familiar como coisas exóticas, bem como tentar perceber aquilo que é considerado exótico, como “coisas que fazem sentido”. É nesses termos que se tentou compreender o campo de colecionadores e fãs como espaços de consumo dotados de certa autonomia, racionalidade, regulados por regras próprias, etc. Em função desta mesma perspectiva antropológica, o campo mais amplo do consumo, dentro do qual essas ações encontram-se inscritas, poderia ser tomado dentro de certo

“estranhamento”: a produção em série de produtos a serem vendidos como únicos, a sucessão contínua de necessidades não satisfeitas, as discussões a respeito da existência de necessidades reais, etc.

Ainda que as mais diversas modalidades de aficionismo se encontrem condicionadas a variações históricas e sociais, é possível acreditar na existência de estreitas relações entre muitas dessas formas. Naturalmente que as manifestações contemporâneas de colecionismo encontram-se relacionadas à forma mercadoria e às possibilidades abertas pela produção em massa dos mais diversos objetos. Contudo, se essa é uma condição quase que incontornável no contexto das modernas sociedades capitalistas, dificilmente poderia ser apontada como explicação suficiente no entendimento das muitas modalidades de aficionismo ou mesmo de muitos dos problemas relacionados ao consumo. Ou seja, da mesma forma que o consumo não poderia ser entendido como sendo tão somente uma consequência do processo de produção – ainda que seja *também* isso – o próprio campo do “consumo monotemático” não poderia ser compreendido apenas tendo em vista as relações existentes entre suas muitas modalidades e o amplo predomínio da forma mercadoria.

O campo do colecionismo encontra-se muito longe – em determinados sentidos oposto – do reino da “razão prática”. Predominam aí relações entre objetos e indivíduos marcadas por critérios, hierarquias, regras, procedimentos, etc, criados pelos próprios aficionados em função do “culto” a determinado objeto ou tema. Freqüentemente – e em alguns casos sempre – a “versão colecionável” de tais objetos apresenta-se como reinvenção do próprio objeto. Mesmo que a imensa maioria dos fã-clubes e grupos de colecionadores possuam seus temas de alguma forma ligados à produção em escala – as exceções ficam por conta das coleções de objetos ligados à natureza – suas atividades se desenvolvem sempre de modo a redefinir usos, padrões, significados que em sua origem foram dados pela indústria e pelo mercado. A preservação e retirada de determinado objeto do fluxo de circulação econômica se constitui, por si só, no início deste processo na medida em que, já assim, lhe imprime uma perenidade e uma função inexistentes em sua forma de mercadoria.

Longe de se constituírem numa outra variedade de consumismo, as relações entre fãs e colecionadores com seus objetos e temas, terminam antes sendo o oposto disso. Se o consumismo moderno em larga medida se caracteriza por traços de compulsão e “inexauribilidade”, o consumo monotemático de fãs e colecionadores encontra-se marcado pelo comportamento racionalizado, calculista e obsessivo de seus adeptos. Ao contrário das ações presentes no consumo “convencional”, as ações de um aficionado pressupõem, necessariamente, um domínio sobre tudo aquilo que possa dizer respeito ao objeto: meios de acesso, distinção, critérios de classificação, técnicas de fabricação, etc.

Indiretamente a autonomia presente nas ações de fãs e colecionadores fornecem indícios a respeito do próprio e mais amplo campo do consumo. É possível suspeitar que as ações inscritas no mundo do consumo convencional – do qual as ações de fãs e colecionadores não seriam senão um gênero específico – possuam níveis de autonomia bem mais amplos que a maioria das análises faz suspeitar. Ou seja, de que também nos espaços do “consumo convencional”, não obstante tudo aquilo que o distingue de suas formas “monotemáticas”, haveria espaços de cálculo consciente, reinterpretação e redirecionamento relativos a objetos e temas aparentemente controlados pela produção e pela lógica do mercado. De fato, são muitas as relações entre o consumo de fãs e colecionadores e o consumo convencional: não se coleciona, dessa forma, qualquer coisa, mas sim e majoritariamente aquilo que se encontra disponível no mundo das “coisas comuns”. De modo semelhante, em algum grau todo objeto ou tema terminaria sendo consumido através de critérios, funções, estéticas, etc, distintas daquelas presentes nas intenções de seus produtores. Se o próprio “consumo convencional” das “coisas comuns” é em diversas medidas redefinido, alterado e reinventado; o “consumo obsessivo” de “coisas incomuns”, praticado por fãs e colecionadores poderia ser visto como sua desses traços.

Como já foi observado, não foram muitos os autores que se dedicaram a escrever a respeito de coleções ou fã-clubes. E ainda em menor número, aqueles que tentaram compreender tais práticas em termos de sua sociabilidade. Por força de se constituir numa extensa (e muitas vezes

imprecisa) fronteira entre a sociologia e a psicologia, a mais ilustre ausência relacionada ao tema é a de Freud, ele próprio e sintomaticamente, um notório colecionador.²²⁴ Philipp Blom, autor de um ensaio brilhante sobre o assunto, estranhamente não menciona Balzac, outro conhecido nome associado ao tema. A análise que Balzac faz de um colecionador exímio em “O primo Pons” possui em grande medida, como se sabe, natureza autobiográfica. A explicação daquilo que estaria na base do ato de colecionar é, contudo, comum a Balzac e Phillip Blom: a idéia de circunscrever, por meio do controle do tempo e das formas de alguns objetos um espaço da realidade, dentro do qual e por meio do absoluto controle que se tem sobre todas as coisas que aí existem, seria possível encontrar a “chave da felicidade”. Explicação, aliás, farta e até certo ponto surpreendentemente confirmada pela pesquisa de campo.

Muitos dos colecionadores e fãs entrevistados possuíam uma clara noção desse “sentido último” de suas ações. Estando longe, portanto, de se constituírem em ações compulsivas e impensadas. Mais que isso, e em concordância com as explicações de Phillip Blom e Balzac, seria preciso acrescentar o fato de tais práticas estarem baseadas numa avaliação racionalizada e, muitas vezes, explicitamente conscientes: diante de todo o peso que a vida social exerce sobre a vida do indivíduo, diante de sua natureza tão characteristicamente conflituosa e marcada por toda sorte de impedimentos, a opção de se viver dentro de espaços “socialmente herméticos”, sobre os quais se tem um amplo controle, apresenta-se como uma opção altamente vantajosa e satisfatória. Todo colecionador parece, aliás, possuir de forma intuitiva ou consciente essa noção. Dentro desta escolha e deste universo de coisas, certamente mais racionalizada que qualquer opção de compra feita por um “consumidor convencional”, toda a satisfação e felicidade buscadas se encontram na dependência não de todo um conjunto de coisas, circunstâncias e instituições, mas, “tão somente”, do encontro da próxima peça, na conservação adequada daquelas existentes e

²²⁴ “O mais impressionante é que outro apaixonado colecionador, Sigmund Freud, não tenha praticamente nada a dizer sobre o assunto. Apesar de ter sido ele próprio vítima dessa paixão, ou por isso mesmo, Freud guardou um silêncio nada característico a esse respeito, assim como sobre seu significado psicológico. Sua última casa, em Maresfield Gardens, Hampstead, Londres, é em si mesma eloquente, cheia como está não de livros, mas também, e especialmente, de antigüidades, que povoam gabinetes

do agradável convívio com outros aficionados, via de regra unicamente interessados naquilo que foi definido como sendo a coisa mais importante do mundo.

Seria preciso novamente observar a proximidade destas “estratégias”, tão próprias do mundo do consumo monotemático, com práticas presentes no campo do consumo “convencional”, em relação ao qual colecionadores e fãs não seriam senão consumidores mais “dedicados”. Possivelmente, e a julgar por todas as promessas que costumam acompanhar o lançamento dos mais variados produtos (e que, naturalmente, não seriam feitas caso inexistisse um público capaz de aceitá-las de algum modo como verdadeiras) muito daquilo que habitualmente se imagina como compulsão ou “comportamento alienado” bem melhor poderia ser compreendido em termos de se tomar como perspectiva a ação consciente dos indivíduos.

A grande importância atribuída às noções de autenticidade e singularidade, algo comum a todos os gêneros de colecionismo, parece corroborar a idéia dos mesmos como espaços ideal e intencionalmente separados da ordem cotidiana. Efetivamente as idéias de singularidade e autenticidade proporcionam uma separação ainda mais nítida entre um espaço povoado de objetos únicos e “legítimos” e todos os outros, nos quais predominam as “coisas comuns”. Mais que isso, uma forma de reforçar o desejo de controle sobre o próprio campo, na medida em que as características únicas do objeto poderão de alguma forma se estender ao próprio colecionador. O fato de um objeto ser único e autêntico estabelece uma separação ainda mais nítida entre o mundo controlado pelo colecionador e o mundo exterior: se as coisas que são produzidas em série podem ser encontradas em qualquer lugar, o objeto único (ou mesmo os últimos exemplares de objetos que tenham sido produzidos em série...) só poderá ser encontrado em um único espaço; distinto e separado de todos os outros a partir de uma diferença que garante ao seu dono o acesso a uma outra ordem do tempo e da realidade.

O fato de toda coleção se encontrar intimamente relacionada a um propósito de separação idealizada do mundo permite compreender a normalmente

e mostruários, cornijas de lareira e mesas, incluindo sua escrivaninha.” BLOM, **op. cit.** p. 246.

peculiar sociabilidade que se estabelece entre os mais diversos grupos de aficionados. Viver em meio a um mundo de coisas tão nitidamente separadas de todas as outras implica numa criação e uso, por parte dos membros do grupo, de modo espontâneo ou consciente,²²⁵ de códigos internos que normalmente parecerão estranhos aos não aficionados. Alguns tantos termos aqui utilizados na descrição desses espaços – “iniciados”, “eleitos”, “acesso à verdade”, “rituais”, “doutrina”, etc – dizem respeito também a esse fato. Por meio das mais variadas formas e procedimentos, todo grupo de aficionado compartilhará de um conjunto de regras por meio das quais serão definidas questões relativas à hierarquia, prestígio, admissão, competência, etc. Desafortunadamente há bons motivos para suspeitar que boa parte daquilo que, por assim dizer, mais interessaria saber, encontra-se acessível apenas aos próprios membros do grupo. Por mais amistoso que seja o contato entre um aficionado e alguém que não pertença ao grupo (no caso, um pesquisador) a diferença fundamental que impossibilita o encontro das duas visões de mundo diz respeito à natureza, aí presente, de duas perspectivas irredutíveis: um colecionador acredita que seu tema seja realmente mais importante que qualquer outra coisa, ao passo que um não-aficionado poderá, no máximo, acreditar na plausibilidade dessa crença (a não ser que se torne também ele um colecionador). Compreender uma situação, nesse sentido, diz respeito a acreditar naquilo que a fundamenta.

A despeito ou principalmente por força de sua natureza não mercantil e não institucional, os espaços construídos por colecionadores, fãs e aficionados se constituem em espaços nos quais se concentram, muitas vezes, considerável e qualificado volume de informações e conhecimento a respeito de seus respectivos temas, ainda que, não raro, alguns grupos pareçam reservar maior interesse em relação a aspectos pitorescos e nostálgicos de seus objetos e temas. É preciso levar em conta, em relação a isso, a considerável influência que a ampliação do acesso da *internet* parece ter exercido sobre as

²²⁵ A explicação dada por um aficionado por quadrinhos a respeito do modo como os membros do grupo costumavam se referir àquele que gosta de quadrinhos é bastante sugestiva a esse respeito. De acordo com o mesmo, ainda que eventualmente um ou outro termo seja utilizado, a necessidade de se utilizar um nome específico para quem “curte” quadrinhos nunca se mostrou exatamente necessária. Da mesma forma que boa parte do convívio entre os membros do grupo se estabelece por meio de subentendidos e acordos tácitos, de modo semelhante nunca foi necessária a utilização de um nome para designar um interesse tão evidente e conhecido por todos.

mais diversas modalidades de aficionismo. Não apenas em termos da facilidade de acesso a um volume quase inesgotável de informações sobre qualquer assunto,²²⁶ como também pelo fato de tornar possível o contato entre todo e qualquer aficionado que disponha de acesso à rede. De modo sintomático, quase todos os colecionadores ou fãs entrevistados dispunham de acesso e consultavam com freqüência a *internet* a respeito de seus respectivos temas, e em alguns casos possuíam suas próprias *home-pages*.

Em relação a isso e ao mencionado acúmulo de informações e conhecimento reunidos nesses espaços, não parece ser acidental o fato de aficionados e grupos mais jovens (mais desenvoltos no uso da rede e dos próprios recursos relacionados à informática) caracterizarem melhor este aspecto que grupos constituídos de aficionados mais velhos. Se os primeiros costumam estar muito interessados nos aspectos “técnicos” e a tudo que possa encontrar relação com seus temas, colecionadores mais antigos parecem mais inclinados a se interessar, dentro de alguma nostalgia e romantismo, apenas por aquilo que o próprio tema oferece. Seja como for, é curioso notar que o caráter não mercantil e não institucional que em larga medida responde pela grande criatividade e motivação encontrados em alguns grupos de aficionados, é também responsável pelo fato desse conhecimento ficar muitas vezes restrito a um pequeno e devotado círculo de aficionados.

* * *

Nada mais verdadeiro que a afirmação de García Canclini, de que o consumo serve para pensar.²²⁷ A variedade de suas formas e suas desconcertantes características de funcionamento, encontram-se muitas vezes como que desvinculadas da própria esfera da produção, da qual forçosamente o consumo constitui parte. Ainda assim, sendo também isso, é no consumo que os indivíduos irão procurar os meios através dos quais viverão suas vidas. Não apenas objetos carregados de mera utilidade, como sua condição de mercadoria eventualmente poderia levar a crer. Em muitos de seus usos e

²²⁶ Bastaria, para isso, considerar a desproporção entre tudo aquilo que seria possível descobrir sobre determinado assunto via *internet* (busca que pode ser feita instantaneamente por meio de um simples computador doméstico) e, em contrapartida, por meio de uma pesquisa pessoal através de diversas bibliotecas, que poderão não estar localizadas numa mesma cidade, em seu horário de funcionamento, etc.

em função do modo como tais objetos poderão ser definidos pelos indivíduos, como próteses e representações de tudo aquilo que possa ser compreendido pelo indivíduo como algo desejado. Dito de outro modo, objetos que se constituem, antes de mais nada, em meios através dos quais se buscará, com maior ou menor sucesso, transformar limitações e anseios em saciedade e realização. Não fosse, aliás, essa capacidade dos indivíduos atribuírem outros sentidos ao mundo de objetos que encontram no consumo, possivelmente não faria qualquer sentido a existência da publicidade: nenhum consumidor acreditaria ser possível encontrar o sabor da aventura num maço de cigarros, a sinceridade de um amigo nos serviços de um banco, etc... Seria desnecessário dizer que a forma como são atribuídos tais sentidos encontra-se longe de se constituir numa relação entre forças iguais e interesses semelhantes.

Em meio à extrema diversidade de suas formas, o “uso” do consumo poderá fazer de alguns objetos ou serviços realização suficiente de muitas expectativas e desejos: consumir os produtos do esporte (o canal de televisão, a camisa do time, etc) torna-se mais interessante do que praticar o próprio esporte; assinar uma revista especializada em viagens ou sobre temas rurais apresenta-se como algo que faz mais sentido do que efetivamente viajar ou fixar residência no campo; descobrir o “segredo das pessoas felizes”, mais interessante que tentar ser feliz, etc. Zygmunt Bauman, observará de forma incisiva traços semelhantes a respeito do consumidor contemporâneo:

Sua dependência não se limita ao ato da compra. Lembre-se, por exemplo, o formidável poder que os meios de comunicação de massa exercem sobre a imaginação popular, coletiva e individual. Imagens poderosas, “mais reais que a realidade”, em telas ubíquas estabelecem os padrões da realidade e de sua avaliação, e também a necessidade de tornar mais palatável a realidade “vivida”. A vida desejada tende a ser a vida “vista na TV”. A vida na telinha diminui e tira o charme da vida vivida: é a vida vivida que parece irreal, e continuará a parecer irreal enquanto não for

²²⁷ CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001. p. 15

remodelada na forma de imagens que possam aparecer na tela.²²⁸

E ainda:

Como observou T.H. Marshall em outro contexto, quando muitas pessoas correm simultaneamente na mesma direção, é preciso perguntar duas coisas: *atrás* de quê e *do* quê estão correndo? Os consumidores podem estar correndo atrás de sensações - táteis, visuais ou olfativas - agradáveis, ou atrás de delícias do paladar prometidas pelos objetos coloridos e brilhantes expostos nas prateleiras dos supermercados, ou atrás das sensações mais profundas e reconfortantes prometidas por um conselheiro especializado. Mas estão também tentando escapar da agonia chamada insegurança. Querem estar, pelo menos uma vez, livres do medo do erro, da negligência ou da incompetência. Querem estar, pelo menos uma vez, seguros, confiantes; e a admirável virtude dos objetos que encontram quando vão às compras é que eles trazem consigo (ou parecem por algum tempo) a promessa de segurança.²²⁹

As sensações buscadas pelos mais diversos tipos de aficionados não se encontram, afinal, muito distantes das expectativas de consumidores convencionais. A distinção nesse caso, como já foi anteriormente observado, diz respeito ao modo sistemático e obsessivo com que colecionadores e fãs costumam se relacionar com seus temas e objetos. O princípio central das mais variadas práticas presentes no mundo do consumo permanece relacionado ao seu caráter vicário, à sensação quase atávica de, por meio dos mesmos, ser possível o ingresso a uma outra ordem de realidade, não imediatamente disponível ao indivíduo que vive na esfera da “vida comum” (e, nesse caso, a “vida fantástica” encontra-se inscrita na TV, no cinema, na publicidade, etc). Pode parecer decepcionante não haver tanta novidade nesse pormenor; mas, afinal, não constitui interesse maior da sociologia ser original ou criar novas tendências interpretativas pelo simples prazer de lançar uma nova moda. Ou ainda, como observou Zygmunt Bauman, seria desnecessário e equivocado tentar encontrar um sentido explicativo absoluto para o consumo, como se fosse necessário isso para efeito de adaptar todos os seus usos e variações a uma só teoria. A exemplificação mais acabada

²²⁸ BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001. p. 99.

²²⁹ BAUMAN, Zygmunt. **op. cit.**, p. 95 e 96.

disso, de ser talvez impossível explicar a idéia de consumo sob uma única perspectiva, vem a ser as práticas de fãs e colecionadores, capazes de comportar, em relação ao consumo de seus objetos, os mais variados e contraditórios aspectos.

Ao que parece, nenhuma sociedade jamais deixou de produzir elementos e comportamentos “desviantes”; indivíduos inconformados com a própria realidade ou pessoas incapazes de compreender as mesmas coisas sob as mesmas formas. Ao que também parece sempre haverão, desse modo, indivíduos empenhados numa interpretação distinta daquilo que normalmente se encontraria perdido no cotidiano. Como no conto de Kafka,²³⁰ todo colecionador parece ser, antes de tudo, alguém cujo deslocamento o torna incompreensível: não exatamente por só ver sentido em um único objeto, mas pelo fato de não ver tanto sentido nos demais.

²³⁰ KAFKA, Franz. Um artista da fome. In: **A colônia penal e outros contos**. Rio de Janeiro: Ediouro, s/d.

BIBLIOGRAFIA

ALMEIDA, Marco Antônio. **Trekkers e cowboys: algumas considerações sobre a recepção e o consumo audiovisual dos gêneros ficcionais.** Recife: INTERCOM, 1998 (texto digitado).

APPADURAI, Arjun. **La vida social de las cosas.** México, Grijalbo, 1991.

ARENDT, Hannah. **Homens em tempos sombrios.** São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

BALZAC, Honoré de. **A comédia humana – volume X.** Rio de Janeiro: Globo, 1990.

BAUER, Martin W. e AARTS, Bas. BAUER, Martin W. e GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som.** Petrópolis: Vozes, 2002

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

BENAKOUCHE, Tamara. Redes técnicas/redes sociais: a pré-história da internet no Brasil. **Revista USP**, São Paulo, nº 35, pp. 125-133, nov. 1997.

BENJAMIN, Walter. **Obras escolhidas – volume I.** São Paulo: Brasiliense, 1993.

BENJAMIN, Walter. **Obras escolhidas – volume II.** São Paulo: Brasiliense, 1993.

BENNETT, Ruth. **Padrões de cultura.** Lisboa: Livros do Brasil Lisboa, s/d.

BERGSON, Henri. **O riso.** Lisboa: Guimarães Editores, s/d.

BILHARINHO, Guido. **O filme de faroeste.** Uberaba: Instituto Triangulino de Cultura, 2003.

BLACKBURN, Simon. Romantismo. In: **Dicionário Oxford de filosofia.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997. p. 345.

BLOM, Philipp. **Ter e manter.** Rio de Janeiro: Record, 2003.

BORGES, Jorge Luís. **Ficções.** São Paulo: Abril Cultural, 1972.

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

CARROLL, Lewis. **Aventuras de Alice.** São Paulo: Summus, 1980.

CORTÁZAR, Julio. **Orientação dos Gatos**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1981.

DELGADO, Márcia Cristina. **Cartografia sentimental de sebos e livros**. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

FLAUBERT, Gustave. **Bibliomania**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2001.

FOWLES, John. **O colecionador**. São Paulo: Abril Cultural, 1980.

FROMM, Erich. **O medo à liberdade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1970.

GAGNEBIN, Jeanne-Marie. **Walter Benjamin – os cacos da história**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

GARCÍA CANCLINI, Nestor. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1989.

GIGLIO, Ernesto M. **O comportamento do consumidor**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Vértice, 1990.

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens**. São Paulo: Perspectiva, 1980.

KAFKA, Franz. **A colônia penal e outros contos**. Rio de Janeiro: Ediouro, s/d.

KAFKA, Franz. **A muralha da China**. São Paulo: Livraria Exposição do Livro, s/d.

KONDER, Leandro. **Walter Benjamin: o marxismo da melancolia**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1989.

LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

LIMA, Luiz Costa. **Teoria da literatura e suas fontes**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1981.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LOPES, Maria Immacolata V.; BORELLI, Silvia Helena Simões; RESENDE, Vera Rocha. **Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade**. São Paulo: Summus, 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesús e REY, Germán. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

MARX, Karl F. **O capital – crítica da economia política**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

MARX, Karl F. **Manuscritos econômico-filosóficos e outros textos escolhidos**. São Paulo: Abril Cultural, 1974.

MORAES FILHO, Evaristo. **Georg Simmel**. São Paulo: Ática, 1983.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1977.

MORIN, Edgar. **O enigma do homem**. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

ORTIZ, Renato (org.). **Pierre Bourdieu**. São Paulo: Ática, 1983.

POE, Edgar Allan. **Histórias extraordinárias**. São Paulo: Abril Cultural, 1978.

POMIAN, Krzysztof. Coleção. In: **Enciclopédia Einaudi**. Lisboa, Imprensa Nacional Casa da Moeda. s/d.

PROUST, Marcel. **À sombra das raparigas em flor**. Porto Alegre: Globo, 1981.

RIBEIRO, Fábio Viana. **O detalhe do lance: a representação do futebol no radiojornalismo esportivo**. Dissertação (Mestrado em Sociologia). Belo Horizonte: FAFICH/UFMG, 1997.

ROCHA, Everardo P. Guimarães. **A sociedade do sonho: comunicação, cultura e consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.

SAHLINS, Marshall. **Cultura e razão prática**. Rio de Janeiro: Zahar, 1988.

SELLTIZ, C., et alii. **Métodos de pesquisa das relações sociais**. São Paulo: Editora Herder/Editora da Universidade de São Paulo. 1965.

SONTAG, Susan. **Sob o signo de saturno**. Porto Alegre: L&PM, 1992.

SOUZA, Jessé e ÖELZE, Berthold (org.). **Simmel e a modernidade**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1998.

VEBLEN, Thorstein. **A teoria da classe ociosa**. São Paulo: Pioneira, 1965.

WERNECK, Mariza M. Furquim. **Mito e imaginário: operadores estéticos do pensamento de Claude Lévi-Strauss**. Tese (Doutorado em Ciências Sociais). São Paulo: Pontifícia Universidade Católica, 2002.

ZOLA, Emile. **O Paraíso das Damas**. São Paulo: Cia. Brasil Editora, 1956.

INTERNET

http://www.an.uol.com.br
http://www.akatu.org.br
http://www.canivetes.hpg.ig.com.br
http://www.cyberartes.com.br
http://www.dana.com.br
http://www.folha.uol.com.br
http://www.ifcs.co.za
http://www.infantv.hpg.ig.com.br
http://www.jornalhoje.globo.com
http://www.knifeco.ppg.br
http://www.kraftwerk.technopop.com.br
http://www.mustangclub.com.br
http://www.omnibus.hpg.ig.com.br
http://www.roxette.com.br
http://www.sescsp.org.br
http://www.t4e.com.br

JORNAIS E REVISTAS

BOCCIA, Sandra. Liliput. **Estampa**, São Paulo, nº 12, pp. 50 e 51, out. 2002.

FUREDI, Frank. Não quero ser grande. **Folha de S. Paulo**. São Paulo, 25 jul. 2004. Mais!

RENTSCHLER, Mônica. Ultraman, o herói do Japão. **Made in Japan**, São Paulo, nº 13, pp. 34-41, 1998.

RIBEIRO, Fábio Viana. O estranho mundo dos colecionadores. **Hoje Maringá**, Maringá, 23 jul. 2000. Vida.

SAFATLE, Amália e PACHECO Paula. Só falta a grana. **Carta Capital**. São Paulo, nº 183, pp. 29 e 30, abr. 2002.

FILMES

Bonequinha de luxo. Direção de Blake Edwards. São Paulo: Paramount Home Entertainment, s/d. 114 min., color., legendado.

Bullit. Direção de Peter Yates. Rio de Janeiro: Warner Home Vídeo, 1989. 113 min., color., legendado.