

CONSUMO E AUTENTICIDADE: UMA ANÁLISE INTERPRETATIVA SOBRE O CONSUMO DE ROCK CLÁSSICO

Cecília da Silva Cordeiro¹ & Severino Joaquim Nunes Pereira²

1. Bolsista PIBIC, Discente do Curso de Administração, IM/UFRRJ; 2. Professor do IM/UFRRJ

Palavras chave: Consumo; rock clássico; autenticidade.

Introdução

No mundo contemporâneo, a lógica de mercado parece ter se inserido de maneira natural na vida do ser humano de modo que o consumo, enquanto fenômeno social parece, muitas das vezes, passar despercebido. Belk (1988) afirma, no entanto, que o consumo é uma importante dimensão do ser humano e um dos caminhos para a construção das identidades dos sujeitos. Para McCracken (2007), os significados culturais são absorvidos do mundo culturalmente constituído, transferidos para os bens de consumo e posteriormente apropriados pelo consumidor por meio dos rituais de consumo. Assim, o consumo caracteriza-se, como um fenômeno social de apropriação, utilização e fruição do universo a nossa volta, sendo uma importante dimensão social do ser humano (Barbosa & Campbell, 2006). A construção do sujeito acontece em meio e por meio de bens, serviços e experiências que consome.

Nesse cenário de constantes mudanças, onde o consumidor encontra-se em meio à vasta gama de recursos culturais criados pelo mercado para expressar e construir suas identidades surge questões como: o que é autêntico na sociedade pós-moderna? Que produtos e marcas oferecem algo duradouro e verdadeiro para o consumidor em termos de recursos simbólicos? Como o consumidor pós-moderno atribui significados de autenticidade ao mundo dos produtos? Dessa forma, a música será tomada neste trabalho como objeto de pesquisa para que se desenvolva uma reflexão sobre as maneiras pelas quais o consumidor pós-moderno atribui significados de autenticidade ao mundo dos produtos por meio do consumo de símbolos e significados relacionados ao passado. A questão a ser respondida por esta proposta de pesquisa é a seguinte: como indivíduos nascidos a partir de 1980 atribuem significados de autenticidade ao mundo dos produtos por meio do consumo de rock clássico das décadas de 1960, 70 e 80?

Metodologia

A abordagem qualitativa foi adotada nesta pesquisa no sentido de que esta “garante a riqueza dos dados, permite ver um fenômeno na sua totalidade, bem como facilita a exploração de contradições e paradoxos. (VIEIRA, 2004, p. 4).” Como a ideia desta pesquisa é investigar a atribuição de significados de autenticidade por meio do consumo de música dentro de um contexto de consumo particular (grupos de consumidores de rock clássico dos quais jovens fazem parte), abordando o fenômeno pelo olhar do grupo estudado, a abordagem qualitativa alinha-se mais adequadamente aos objetivos propostos.

Quanto aos fins, esta pesquisa foi descritiva, pois visou “expor características de determinado fenômeno” (Vergara, 2010, p. 47), especificamente o fenômeno da atribuição de autenticidade ao mundo dos produtos por meio do consumo de rock clássico. Quanto aos meios, esta foi uma pesquisa de campo, pois a investigação empírica foi realizada no local onde ocorreu o fenômeno (Vergara, 2010), no caso, os grupos formados em redes sociais e ambientes de consumo de rock clássico.

A coleta de dados se deu por meio da realização de uma netnografia de nove meses em dois grupos do Facebook sobre rock clássico e de 5 entrevistas em profundidade com membros destes grupos. A Análise dos dados foi feita por meio da análise do discurso dos participantes, pois esta técnica “visa não só aprender como a mensagem é transmitida, como também explorar o seu sentido.” (Vergara, 2000, p.25). Dessa forma, tal técnica alinha-se à finalidade de exploração de significados propostas nesta pesquisa, visto que o foco é a compreensão sobre a atribuição de significados de autenticidade pelo consumidor pós-moderno ao mundo dos produtos por meio do consumo de rock clássico.

Resultados e Discussão

A análise dos dados sugere que os fãs de rock expressam autenticidade nos grupos do Facebook: a) por meio da participação intensa nos grupos, b) conhecendo e compartilhando conhecimentos específicos sobre rock; e c) exibindo posses raras associadas ao rock.

A participação intensa dos fãs de rock em grupos do Facebook é utilizada para a construção de relacionamentos significativos e identificação com indivíduos que compartilham os mesmos valores, isolando, dessa forma, a ameaça do individualismo ao mesmo tempo em que se constrói um senso de propósito e pertença percebido como não sendo regido pela lógica de mercado e da eficiência como medida de sucesso.

A autenticidade, contudo, não se trata de um significado cultural utilizado unicamente para delimitar o autêntico e o inautêntico no que diz respeito aos produtos associados ao rock. Os membros dos grupos do Facebook observados também devem comprovar sua autenticidade perante os outros fãs de rock através da demonstração de conhecimento e envolvimento com o rock por meio do consumo de músicas, bens e experiências percebidos como sendo associados ao universo do rock clássico. Para isso, os sujeitos utilizam suas coleções de produtos “raros” como discos de vinil, CDs, DVDs, fitas cassetes, revistas, livros e outros produtos associados ao rock como uma comprovação física de sua autenticidade enquanto fã de rock. O consumo de bens, músicas e experiências associadas ao rock, contudo, também parece desempenhar outra função para o fã de rock além de sua autenticação: colocá-lo em contato com um passado idealizado. Assim, a busca da autenticidade pelos fãs de rock participantes de grupos do Facebook se expressa através da sustentação de uma visão idealizada do passado.

Conclusão

Este trabalho teve como objetivo investigar como fãs de rock clássico atribuem significados de autenticidade às suas práticas de consumo por meio da participação em grupos do Facebook sobre rock. O compartilhamento de um senso de comunidade e propósito comum seria o modo pelo qual os fãs de rock dos grupos do Facebook analisados constroem significados de autenticidade como forma de enfrentamento à percepção de que a contemporaneidade é inautêntica e dominada pela razão instrumental. Dessa forma, espera-se que este trabalho possa contribuir para inspirar investigações futuras sobre a ideia de autenticidade no âmbito dos estudos do consumo, de modo a verificar a consistência dos achados deste trabalho, os quais indicam que a autenticidade é uma questão relevante na contemporaneidade na medida em que se fundamenta nos valores da ética romântica, criando formas idealizadas de identidade individual e coletiva, expressas por meio do consumo.

Referências Bibliográficas

- BARBOSA, Livia; CAMPPELL, Collin. *O consumo nas ciências sociais*. In.: BARBOSA, Livia; CAMPPELL, Collin. *Cultura, Consumo e Identidade*. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, pp. 21-46, 2006
- BELK, Russel W. Possessions and the Extended Self. *Journal of Consumer Research*, Vol. 15, No. 2, pp. 139-168, 1988 (September)
- MCCRACKEN, Grant. *Cultura e Consumo: Novas abordagens as caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.
- VERGARA, Sylvia Constant. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 3ª ed. SÃO PAULO: Atlas, 2000.
- VIEIRA, Marcelo M. F.; CALDAS, Miguel P. Teoria crítica e pós-modernismo: principais alternativas à hegemonia funcionalista. *RAE*, Rio de Janeiro: FGV, v. 46, n. 1, p. 59-70, jan./mar. 2006.

