



## Consumo e suas representações na obra de Baudelaire: a expressão do espírito de um tempo <sup>1</sup>

Marisa Baruch Portela Abujamra <sup>2</sup>

PPGCOM - ESPM

### Resumo

A arte possui uma relação dinâmica de interação com a sociedade e sua época. O artista como ser social inserido no contexto do seu tempo, se torna um mediador por intermédio da sua arte na revelação de formas de ser e de viver. O presente estudo tem o intuito de promover uma reflexão acerca da concepção de consumo como prática cultural dentro da poesia de Baudelaire, que participou do seu tempo, expressando suas subjetividades e conduzindo um olhar atento sobre os acontecimentos na metrópole do século XIX. Para tanto foi realizada uma pesquisa bibliográfica na busca por elucidar essas expressões do consumo na história da nossa sociedade ocidental.

**Palavras-chave:** Comunicação, consumo, arte, modernismo, Charles Baudelaire

### Introdução

Inicialmente vale evidenciar o que entendemos como representações, conceito que no contexto deste trabalho inclui as práticas de significação e os sistemas simbólicos produzidos, considerando a posição do sujeito no seu meio social, pois é “por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos” (WOODWARD, 2011, p.18). Dessa forma, as

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 10 Consumo, Literatura e Estéticas Midiáticas. Coordenador: Prof.Dr. João Anzanello Carrascoza, - 5º Encontro de GTs - Comunicon realizado nos dias 5,6 e 7 de outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo – ESPM. Orientador: Prof. Dr. João Anzanello Carrascoza. Graduada em Psicologia (UFBA) e em Pedagogia (UCSAL) e atualmente faz parte do grupo de pesquisa “Comunicação, Consumo e Arte” - PPGCOM – ESPM. E-mail: marisa.abujamra@terra.com.br.



representações abordadas nesse estudo levam em conta o momento social-histórico como objeto vital de suporte para as nossas reflexões.

As relações entre arte e sociedade são de caráter histórico e por isso mesmo envolvem uma dinâmica complexa que, na nossa análise, requer cuidado, devido às circunstâncias subjetivas da produção artística, pois existe aí a identidade do artista, sua atitude em relação à sociedade em que ele está inserido, suas interpretações e forma de entender o mundo. A sociedade, por outro lado, está em constante transformação e possui características de mobilidade, heterogeneidade e subjetividade, sendo um espaço complexo. Assim, artista, arte e sociedade tecem uma trama de relações que variam historicamente.

Raymond Williams distingue três amplas ênfases sobre os estudos da arte na cultura e na sociedade: Condições sociais da arte, Elementos sociais em obra de arte e Relações sociais nas obras de arte (2011, p.21, 22, 23). Para o presente estudo vamos nos basear nas Relações sociais nas obras de arte que:

Em sua maior complexidade, a análise dos elementos sociais em obras de arte estende-se até o estudo das relações sociais. Isso se dá especialmente quando a ideia de “reflexo”- segundo a qual as obras de arte incorporam diretamente material social preexistente – é modificada ou substituída pela ideia de “mediação” (WILLIAMS, 2011, p.23).

É importante destacar que Williams aborda processos diversos sobre o conceito de mediação, destacando a *mediação por projeção*, *mediação pela descoberta de um “correlato objetivo”* e *mediação como função dos processos sociais básicos de consciência*. A mediação como “condição básica” refere-se de maneira variável à natureza de uma época como um todo, de uma determinada sociedade num período determinado, ou de um grupo determinado dentro daquela sociedade naquele período (2011).

Nossas reflexões levam em conta essas questões, já que estudaremos um recorte de uma obra literária dentro de um contexto histórico específico: a modernidade, o século XIX. Porém como aponta Marshal Berman (2008, p.160) “uma das qualidades mais evidentes dos muitos escritos de Baudelaire sobre vida e arte



moderna consiste em assinalar que o sentido da modernidade é surpreendentemente vago, difícil de determinar”.

O espírito do tempo, o *Zeitgeist*<sup>3</sup>, da Paris do século XIX se expressava numa nova Paris, a cidade haussmaniana que suscitou na alma dos artistas novas percepções e descobertas, um *novo sensorium* na concepção Benjaminiana, o que ofereceu a possibilidade da exploração de novos temas para as mais diferentes formas de arte. A interpretação e o olhar sobre a cidade se tornaram constantes, alimentando a sensibilidade artística: o urbano, as galerias, os bulevares, as praças e as avenidas largas convidavam as pessoas para ocuparem esses novos espaços de circulação e a se perderem numa multidão de rostos diversos e personagens intrigantes. Paris no século XIX é tema da arte, da literatura e da poesia urbana que Baudelaire criou e consolidou em seus valiosos escritos.

### Paris – Século XIX

A Paris do século XIX se desenvolvia baseada nos ideais iluministas de liberdade, igualdade e fraternidade, concepções provenientes da Revolução Francesa no século XVIII, que culminou com a queda da monarquia e que eram fundamentadas na crença inabalável na razão, na ideia de que o progresso é ilimitado, na ciência baseada na existência das leis naturais e na visão de que o espírito humano deveria ser livre das superstições, misticismo e ignorância.

As novas perspectivas de um mundo baseado em leis científicas promoveram transformações e com os progressos decorrentes da Revolução Industrial iniciada na Grã-Bretanha surgiram novas ideias, percepções e projetos que desembocaram na mudança do espaço físico. Hobsbawm (2009) destaca que “se a economia do mundo do século XIX foi formada principalmente sob a influência da revolução industrial britânica, sua política e ideologia foram formadas fundamentalmente pela Revolução Francesa” (2009, p.97).

---

<sup>3</sup> Expressão da língua alemã, que se refere ao conjunto de princípios de uma determinada época. (MARTINO, 2009).



E ainda:

A grande revolução de 1789-1848 foi o triunfo não da “indústria” como tal, mas da indústria capitalista; não da liberdade e da igualdade em geral, mas da classe média ou da sociedade “burguesa” liberal; não da “economia moderna” ou do “Estado moderno”, mas das economias e Estados em uma determinada região geográfica do mundo (parte da Europa e alguns trechos da América do Norte), cujo centro eram os Estados rivais e vizinhos da Grã-Bretanha e França (HOBSBAWM, 2009 p.20).

Essa observação contribui para que possamos fazer uma distinção cuidadosa, como Hobsbawn (2009) observa, sobre as características fundamentais de uma sociedade burguesa capitalista que se orienta pelas relações de produção e consumo.

Olgária Matos destaca que a Paris do século XIX era “uma grande sala de espetáculo e exposições” (MATOS, 2009, p.201).

As exposições universais eram a manifestação da sociedade capitalista que se consolidava, submetida às leis de uma infraestrutura baseada na mercadoria, proveniente de uma produção industrial crescente, que exibia suas intenções em protótipos, estimulando o desejo da população para consumir novos produtos e ao mesmo tempo sonhar com o futuro.

De acordo com Benjamin, “as exposições universais são o centro de peregrinação ao fetiche mercadoria” (BENJAMIN, 1991 p.35), onde o operariado podia desfrutar enquanto freguês desse universo de distrações no qual a mercadoria ganha valor simbólico, transferindo o valor de uso para segundo plano. (BENJAMIN, 1991).

Na Paris moderna, a arte borbulhava com novas formas de leitura sobre a vida e o cotidiano; os pintores, poetas, escritores pareciam sentir a inquietação desse tempo e a produção artística ganhava novos contornos; a pintura se destacava num movimento que buscava aproximar a arte à vida e nos salões de Paris acontecia a batalha entre os clássicos e os modernos, entre a conhecida academia e a arte que desejava se emancipar e se tornar mais livre, deixando de lado a interpretação realista.

Nesse momento, surge a arte impressionista que buscava mais luz e movimento e que se afirmava com o talento de artistas como Camille Pissarro,



Édouard Manet, Vicent van Gogh, Pierre-August Renoir, artistas que interpretavam a vida de forma mais livre em seus traços e se inspiravam na cidade de Paris como um dos temas prediletos.

A pintura despertava o interesse de Baudelaire, que em suas reflexões estéticas abordou o tema com um olhar atencioso e apurado em seus diversos aspectos, motivado pelos acontecimentos dos salões, exposições de pinturas, esculturas e desenhos, realizando análises sobre as criações artísticas da sua época (DUFILHO, 2010).

O ensaio “O Pintor da Vida moderna”, que tornou conhecida a arte do Sr. G., e que terá um trecho analisado neste estudo, pode ser considerado uma extensa e profunda reflexão sobre o processo criativo do artista.

Pode-se observar que Baudelaire soube interpretar seu tempo com maestria e, de fato, ao passear os olhos por suas produções literárias vislumbramos a riqueza de detalhes do cotidiano na vida que se movia na Paris do século XIX e que Baudelaire modelou em versos como nenhum outro poeta.

### **Consumo - considerações**

É importante evidenciar que o nosso esforço neste estudo não é abranger em todos os sentidos o conceito de consumo, longe disso, mas trazer algumas concepções acerca do conceito com o intuito de gerar a reflexão, buscando entrelaçar as ideias que permeiam o tema com o *corpus* do artigo sem tentar esgotar o assunto, já que além de ser tarefa impossível, não cabe nesta proposta.

Quando Walter Benjamin discorre sobre os fisiologistas do século XIX no capítulo “O Flâneur” (1994), em suas descrições sobre a atmosfera da época, acaba evidenciando a condição dos transeuntes das ruas como pessoas que se conheciam umas às outras “como devedores e credores, como vendedores e fregueses, como patrões e empregados – sobretudo como concorrentes” (BENJAMIN, 1994, p.36 e 37).



Nessa descrição podemos vislumbrar a configuração das relações instauradas sob o signo do capitalismo cada vez mais presente e naturalizado numa Paris que se tornava sem cerimônias, a capital do “Capital, a cidade fetiche – fetiche” (MATOS, 2008, p.15).

Nela, a lógica da acumulação e acréscimo do capital vê-se ameaçada pelos elementos críticos do capitalismo liberal, sustentado por leis que regem ações e deliberações políticas, desenvolvendo tendências profundamente antidemocráticas nas massas, em sua descrença com respeito ao exercício da ordem legal. Nela, proletarização e massificação constituem um único e mesmo acontecimento. Nela já se inscrevem, potencialmente, as relações entre totalitarismo e sociedade de massa (MATOS, 2008, p.15).

O consumo estava assim instituído na Paris do século XIX, e mais atraente do que acumular era consumir e venerar os artefatos industriais, as mercadorias que se convertiam em fetiche e fantasmagorias, arrebatando o olhar dos cidadãos.

Benjamin, ao estudar esse momento, percebe com grande sensibilidade o movimento da sociedade da época em seu êxtase diante dos acontecimentos em torno da técnica, dos novos espaços, das mercadorias e formas de relações sociais. Em muitos momentos, por intermédio dos escritos de Baudelaire, Benjamin passeia numa Paris de outra época e a interpreta com maestria e acuidade, identificando nos novos espaços da cidade, bulevares, vitrines, magazines, um novo sujeito que surgia e as novas relações que se estabeleciam (BENJAMIN, 1994).

Essa nova condição da mercadoria no século XIX, que passa para o plano do simbólico, acontece devido às novas formas de produção da sociedade. Marx evidencia essas relações e esclarece que:

a forma mercadoria e a relação de valor dos produtos do trabalho na qual aquela se representa não tem a ver absolutamente nada com a natureza física, nem com as relações materiais dela resultante. É somente uma relação social determinada entre os próprios homens que adquire aos olhos deles a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas (MARX, 2002, p.46).

Assim, ao longo da história da humanidade, o consumo sempre esteve atrelado não só à satisfação das necessidades biológicas, mas em todos os sentidos, às representações dos desejos e aspirações humanas no plano do simbólico. Seguindo



essa linha de pensamento, o consumo não pode ser considerado apenas como um vínculo entre a necessidade e a produção para satisfazê-la e nem “como a mera possessão individual de objetos isolados, mas como apropriação coletiva, em relações de solidariedade e distinção com outros, de bens que proporcionam satisfações biológicas e simbólicas, que servem pra enviar e receber mensagens” (CANCLINI, 2010, p.70).

Douglas e Isherwood (2009), que tiveram a produção acadêmica estudada por Canclini, ressaltam que o consumo como uso de posses materiais está além do comércio e destacam a concepção da etnometodologia<sup>4</sup> em seus estudos, considerando que a “realidade é socialmente construída” e que pode ser analisada como “estruturas lógicas”, já que o ser humano está fixado na cultura de sua época e lugar, “pois a cultura é um padrão possível de significados do passado imediato, um abrigo para as necessidades interpretativas do presente” (2009, p.111).

O que Douglas e Isherwood levam em conta, e que enriquece e esclarece a abordagem, é sobre o significado que se atribui na sociedade aos fatos e relações. Perceber esses significados é de fundamental importância para a compreensão dos códigos e símbolos sociais. Os ritos e os bens são carregados de significados que produzem sentido para a vida humana, nos identificando e diferenciando.

Arelado ao processo cultural, suas divisões são carregadas de significado: casa, tamanho, lado da rua, a distância de outros centros, limites espaciais – todos são categorias conceituais. O mesmo quanto à roupa, transporte e saneamento; permitem conjuntos de marcações dentro de um referencial de espaço e de tempo. A escolha dos bens cria continuamente certos padrões de discriminação. Superando ou reforçando outros. Os bens são, portanto, a parte visível da cultura. São arranjados em perspectivas e hierarquias que podem dar espaços para a variedade total de discriminações de que a mente humana é capaz. As perspectivas não são aleatoriamente arranjadas como um caleidoscópio. Em última análise, suas estruturas são ancoradas nos propósitos sociais humanos (DOUGLAS E ISHERWOOD, 2009, p. 111 e 114).

---

<sup>4</sup> Etnometodologia – movimento sociológico californiano que “dá por assente que a realidade é socialmente construída e também que a realidade pode ser analisada como estruturas lógicas em uso” (DOUGLAS E ISHERWOOD, 2009, p.111).



Nesse sentido, o cerne da noção sobre consumo não converge na materialidade dos objetos consumidos, mas, sobretudo, na produção de sentidos que o consumo desses objetos expressa e representa ao gerar significados.

Pensar sobre consumo remete a inúmeros entrelaçamentos, distinções e comparações e como já foi dito, o assunto é bem amplo e não se esgota, principalmente por ser um tema de dimensão vasta e rica na produção de sentidos para as diversas ciências sociais.

Dessa forma, neste estudo, a proposta é produzir uma reflexão considerando o consumo como prática cultural, pensando a partir da dinâmica estética de produção de sentido, levando-se em conta as suas dimensões simbólicas na observação da poesia de Baudelaire.

### **Charles Baudelaire – O poeta da modernidade**

Os primeiros anos de Baudelaire foram marcados por um estilo de vida libertino que ele chamava de *vie libre*, o que comportava uma vida boemia e agitada no meio artístico e literário. Considerado um dos maiores poetas do século XIX, Baudelaire soube traduzir de forma única uma Paris que se revelava em beleza, monumentos, arte, multidão e vida. A Paris, cidade, expressão da era moderna.

Baudelaire era filho de um sacerdote que morreu quando ele ainda era criança, sua mãe casou-se de novo com um oficial do exército que se tornaria general. Criado por esse padrasto autoritário, Baudelaire foi para o internato no *Collège Louis Le Grand* em Paris, de onde foi expulso em 1839 por indisciplina (PATRICK, 2009).

Boa parte da herança paterna foi esgotada numa vida desregrada e cheia de gastos, levando-o a adquirir dívidas, e como resultado dessas peripécias, a família instituiu que o dinheiro fosse cuidado por um administrador que começou a controlar seus gastos.

Com produção literária marcante e farta, Baudelaire escreveu em 1857 o livro que lhe deu fama inicialmente e reconhecimento depois, *As Flores do Mal*. Porém esses escritos causaram mal estar na sociedade francesa da época, colaborando para





medidas judiciais contra Baudelaire e seu editor, o que culminou num julgamento de resultado negativo sob a acusação de que o conteúdo literário depunha contra a moral e os bons costumes, o que acarretou o corte de diversos trechos do livro e seis poemas suprimidos; a sentença só seria reformulada judicialmente em 1949.

Marshal Berman destaca que, mais do que ninguém, no século XIX, Baudelaire dotou seus contemporâneos de “uma consciência de si mesmos enquanto modernos” e que os termos “modernidade”, “vida moderna”, “arte moderna” eram frequentes na obra de Baudelaire (BERMAN, 2007).

Por volta da década de 1860, o poeta se dedicou à prosa e escreveu dois grandes ensaios, o “Heroísmo da vida moderna” e um mais extenso “O Pintor da Vida moderna” (1859-60).

No ano de 1865, o escritor fica bem debilitado e os sintomas de afasia e hemiplegia começam a surgir, precisando retornar a Paris onde é internado, porém após o período de dois anos, Baudelaire morre nos braços de sua mãe aos 46 anos de idade.

Marshall Berman (2007) apresenta um escrito que o poeta Theodore de Banville desenvolveu, depois de dois anos da morte do escritor, num tributo diante do seu túmulo. Este texto ilustra a sensibilidade e competência de Baudelaire ao interpretar a modernidade.

Ele aceitou o homem moderno em sua plenitude, com suas fraquezas, suas aspirações e seu desespero. Foi, assim, capaz de conferir beleza a visões que não possuíam beleza em si, não por fazê-las romanticamente pitorescas, mas por trazer à luz a porção de alma humana ali escondida; ele pôde revelar, assim, o coração triste e muitas vezes trágico da cidade moderna. É por isso que assombrou, e continuará a assombrar, a mente do homem moderno, comovendo-o, enquanto outros artistas o deixam frio (BANVILLE, 2007, p.159, apud BERMAN).

Para Berman, que fez um valioso estudo sobre a modernidade no livro “Tudo que é sólido se desmancha no ar”, Baudelaire foi “profeta e pioneiro” (2007, p.160) ao falar da sua época, a era moderna, podendo ser considerado o primeiro modernista que abordou com coragem e originalidade esse momento da história ocidental.



Walter Benjamin foi grande crítico da obra de Baudelaire e por intermédio dela pôde desvendar a era moderna com maestria e profundidade, parecia ter uma relação tão profunda com o próprio Baudelaire que muitos estudiosos da obra de Benjamin, consideram que ler um é como ler o outro, no prefácio do livro “Charles Baudelaire, um lírico no auge do capitalismo. Obras escolhidas, volume III”, João Alexandre Barbosa escreve que entre os dois

estabeleceu-se uma rede de relações tão bem tramadas e costuradas (como se o crítico de um e o poeta do outro terminassem por delinear uma figura mítica para além de um e de outro) que as histórias da crítica e da poesia moderna são levadas a incorporar um discurso crítico por onde o leitor contemporâneo tem dificuldade de distinguir aquilo que é do poeta daquilo que o crítico faz ser do poeta (BARBOSA, 1994).

Podemos até pensar que não existe como estudar a modernidade sem trazer à luz os escritos de Charles Baudelaire e as críticas e referências desenvolvidas por Walter Benjamin. Quando Marshall Berman, em seu livro, aborda o trajeto definido para suas reflexões sobre a modernidade e a obra de Baudelaire, evidencia que o trabalho de Walter Benjamin foi o “caminho aberto” (2007, p.175) para construir suas reflexões, apesar das elaborações das ideias serem distintas e os componentes serem diferentes dos apontados por Benjamin.

Entretanto, por intermédio do olhar de Marshall Berman ou de Walter Benjamin, ou ainda de outros estudiosos da obra de Baudelaire, o que não se pode negar é que esse poeta do século XIX foi a expressão viva em palavras e versos das entranhas do cotidiano de uma época.

Nesse sentido, vale trazer a abordagem de Carrascoza (2015), quando aponta que a poesia “abre admiráveis mundos novos para os nossos sentidos” (2015, p.117) e que é o último reduto do sagrado que vincula o homem ao superior.

### **Consumo em Charles Baudelaire – “O Pintor da Vida moderna”**



Vale especificar, neste ponto, que a reflexão aqui empreendida é baseada na concepção de consumo como prática cultural e não tem a menor pretensão ou ousadia de desenvolver uma análise abrangente social ou filosófica sobre a obra de Charles Baudelaire, porquanto Walter Benjamin já fez isso de forma profunda e com cuidado engenhoso. A proposta aqui, se concentra muito mais em fazer um exercício reflexivo sobre alguns trechos ou recortes de um escrito literário e suas possíveis indicações sobre como as representações sobre consumo se expressam nesse contexto.

O escrito escolhido para a nossa reflexão foi o “Elogio da maquilagem” presente no ensaio “O Pintor da Vida moderna” (1859-1860) que tornou conhecida a arte de um pintor que Baudelaire se referia como “um certo Sr. G.”, abreviatura da qual o poeta supunha esconder o verdadeiro nome Constantin Guys (DUFILHO, 2010).

### **A análise do *corpus***

Baudelaire inicia o “Elogio da Maquilagem” com certa ironia a respeito do excessivo valor que a sociedade atribui às coisas da natureza ou à própria natureza, esclarecendo que ela, a natureza, “não ensina nada, ou quase nada”. O poeta tenta trazer à luz as qualidades mais desprezíveis da natureza, numa crítica dura e despojada, acusando-a de ser responsável pelo homem matar seus semelhantes e convida o leitor para passar em revista tudo relativo ao que é natural, ressaltando que não será encontrado nada “que não seja terrível”. E defende que o belo e o nobre são resultados da razão e que a virtude é artificial, pois foram necessários muitos anos para a humanidade aprender sobre ela.

Em cada palavra escolhida, o poeta articula com sagacidade um ataque à natureza e, em um jogo dinâmico de palavras, discorre sobre a moda, vivificando-a, oferecendo um sentido valioso e passível de compreensão profunda.



Assim, a moda ganha significado, Baudelaire parece entender a função da moda como algo além do material, do inorgânico e do artificial, o poeta observa um espírito na moda, inserindo afeto e encanto:

as modas não devem ser consideradas como coisas mortas; mas valeria admirar os molambos pendurados – molengos e inertes como a pele de São Bartolomeu – no armário de um brechó. É preciso imaginá-las vitalizadas, vivificadas pelas belas mulheres que as vestiram. Só assim o seu sentido e o seu espírito serão compreendidos. Se, pois, o aforismo “todas as modas são cativantes” (BAUDELAIRE, 2010, p.72).

Podemos observar a partir da esfera dos estudos sobre consumo como prática cultural que o poeta faz aí, uma espécie de análise antropológica, sem a intenção, é claro, mas na forma como articula seus pensamentos, trazendo a questão da natureza e da cultura. Douglas e Isherwood explicam que “as posses materiais fornecem comida e abrigo, e isso deve ser entendido. Mas, ao mesmo tempo, é evidente que os bens têm outro uso importante: também estabelecem e mantêm relações sociais” (DOUGLAS E ISHERWOOD, 2009, p.105).

A mulher tem todo o direito de se dedicar a parecer mágica e sobrenatural, o que constitui, inclusive, o cumprimento de uma espécie de dever; é preciso que ela surpreenda, que ela cative; ídolo; ela deve dourar-se para ser adorada. Deve, pois tomar de empréstimo de todas as artes os meios que lhe permitam pairar acima da natureza para melhor subjugar os corações e impressionar os espíritos (BAUDELAIRE, 2010, p. 72).

Baudelaire legitima e libera o uso dos adornos como artifício para a sedução, ele demonstra compreender a função dos objetos e das coisas na vida humana, anunciando um sentido maior, sobrenatural e mágico.

o uso do pó-de-arroz, tão estupidamente anatematizado pelos filósofos cândidos, tem por objetivo e por resultado fazer com que desapareçam da tez todas as manchas que a natureza aí humilhantemente espalhou e criar uma unidade abstrata na textura e na cor da pele, unidade que, como a produzida pela malha, aproxima imediatamente o ser humano da estátua, isto é, de um ser divino e superior? Quanto ao negro artificial que contorna o olho e ao rubro que realça a parte superior das faces, embora a sua utilização provenha do mesmo princípio, o da necessidade de ultrapassar a natureza, o resultado produzido tem como objetivo satisfazer uma necessidade completamente oposta (BAUDELAIRE, 2010, p. 72).



Ao falar da maquilagem, o poeta demonstra uma sensibilidade aguçada quando percebe e expõe a função de um “pó-de-arroz” e do “negro artificial que contorna os olhos”, enfatizando a riqueza simbólica desses artifícios que produzem um sentido além do concreto e observável; a maquilagem como uma prática cultural repleta de significados, um artifício que provoca mudanças, diferenciações de si mesmo. A maquilagem está no circuito dos bens, proporcionando satisfações não biológicas, mas simbólicas que servem para enviar e receber mensagens (CANCLINI, 2009).

O rubro e o negro representam a vida, uma vida sobrenatural e excessiva; essa moldura negra torna o olhar mais profundo e mais singular, dá ao olho uma aparência mais decidida, de janela aberta para o infinito; o rubro, que inflama as maçãs do rosto, realça ainda mais a claridade da pupila e junta a um belo rosto feminino a paixão misteriosa da sacerdotisa. (BAUDELAIRE, 2009, p.72).

O poeta se inspira cada vez mais na expressão das suas ideias e oferece um sentido fantástico e encantado ao universo da maquilagem, que sai da esfera do ordinário para a esfera do sagrado.

Os objetos, as coisas, as práticas do nosso cotidiano vão além do óbvio, comunicam e, dessa forma, “dentro do tempo e do espaço disponíveis, o indivíduo usa o consumo para dizer alguma coisa sobre si mesmo” (DOUGLAS E ISHEWOOD, 2009, p.116).

### **Considerações finais**

O consumo como prática cultural é uma atividade que acompanha o ser humano ao longo da história. As nossas escolhas, preferências e formas de atender às necessidades falam muito sobre nós e nos diferenciam dentro do contexto social em que vivemos.

Num simples gesto de passar um pó-de-arroz, escolher um batom ou delinear o contorno dos olhos de maneira mais forte ou mais suave. Estamos contando a nossa história, comunicando quem somos e transmitindo as nossas intenções.



Para o pesquisador das ciências sociais que tem que lidar com um universo de subjetividades, nada pode ser desprezado, nem encarado como supérfluo, inútil ou desnecessário, porquanto tudo que o ser humano produz, consome, pratica, sente e expressa deve ser considerado passível de análise para o cientista social.

E ao seguir os passos da obra de arte de um artista, podemos observar que o artista tem a capacidade de decifrar seu tempo. Ele tem a potência de revelar e traduzir modos de ser e de estar no mundo, realizando uma mediação entre os acontecimentos do cotidiano e a psique humana. Carrascoza (2015) destaca que é a poetização da vida cotidiana, seja em sua superfície ou em seus subterrâneos, que nos faz demasiadamente humanos.

Baudelaire demonstrou um interesse quase científico pelo cotidiano da sociedade em que vivia, valorizando cada detalhe, movimento, novidade e, dessa forma, pôde enxergar além do óbvio e, por isso mesmo, produzir a mais fina poesia!

### Referências

BAUDELAIRE, Charles. **O Pintor da Vida moderna**. In: DUFILHO, Jerôme e TADEU, Tomaz (orgs). Charles Baudelaire. O pintor da vida moderna. Belo Horizonte: Autêntica Editora Ltda, 2010.

BENJAMIN, Walter. **Charles Baudelaire: Um lírico no auge do capitalismo. Obras escolhidas III**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

BENJAMIN, Walter. **Walter Benjamin: sociologia**. São Paulo: Ática, 1991. (Grandes Cientistas Sociais, n.50).

BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido se desmancha no ar**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

CARRASCOZA, João Anzanello. **Estratégias Criativas da Publicidade. Consumo e Narrativas Publicitárias**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e Cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.

DUFILHO, Jerôme. O pintor e o poeta. In: DUFILHO, Jerôme e TADEU, Tomaz (orgs). Charles Baudelaire. **O Pintor da Vida moderna**. Belo Horizonte: Autêntica Editora Ltda, 2010.



HOBSBAWN, Eric j. **A era das revoluções**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2009.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da Comunicação: ideias, conceitos e métodos**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

MATOS, Olgária. A cena primitiva – capitalismo e fetiche em Walter Benjamin. In: BACCEGA, Maria Aparecida (org). **Comunicação e culturas do consumo**. São Paulo: Atlas, 2008.

MATOS, Olgária. **Benjaminianas: cultura capitalista e fetichismo contemporâneo**. São Paulo: Editora UNESP, 2010.

MATHIEU, Caroline. Paris cidade moderna. In: **Impressionismo Paris e a modernidade. Obras – primas Musée d’Orsay**. São Paulo: Fundação Mapfre. Instituto de cultura, 2012.

MARX, Karl. **O capital**. São Paulo: Civilização Brasileira, 2002.

PATRICK, Julian. **501, grandes escritores**. Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2009.

PESAVENTO, Sandra Jathay. **Exposições Universais: espetáculos da modernidade do século XIX**. São Paulo: Hucitec, 1997.

ROCHA, Rose de Melo. Comunicação e Consumo: por uma leitura política dos modos de consumir. In: BACCEGA, Maria Aparecida (org). **Comunicação e culturas do consumo**. São Paulo: Atlas, 2008.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu (org). **Identidade e diferença – A perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.