

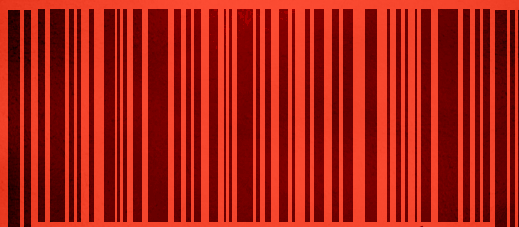
**CMD**

Cultura Material & Consumo  
Perspectivas Semiopsicanalíticas

**ECN USP**

ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES  
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

# CULTURA (I)MATERIAL E RITUAIS DE CONSUMO



PERSPECTIVAS SEMIOPSCANALÍTICAS

ORGANIZADORES

**CLOTILDE PEREZ  
ENEUS TRINDADE**

AUTORAS E AUTORES

ALEX RAMOS FRANCO, ANDRÉ PERUZZO, ANDREIA MENEGUETE, BRUNO FARIAS, BRUNO POMPEU, CAIO BRAZ, CLOTILDE PEREZ,  
ENEUS TRINDADE, FLÁVIO ROSSI, GABRIEL CAIXETA, GISELLE FERNANDES, ISADORA PETRY, JULIA SPOHR REINHARDT  
JULIANA AMORIM, KARINA ARAÚJO, LAILA DJANA KELLER, LAÍS TREVIZANO, LEONARDO PACHELLE, MARIÁH ROSA CRUZ,  
MARIANA JATAHY, MICHEL CAMPOS VELOSO, MIRELA PEREZ, NICOLLI SANCHEZ SILVA, PALOMA GABRIELLE DOS PASSOS,  
RAFAEL BRAGHETTO BEZERRA, RAFAEL ORLANDINI, SARA ALMEIDA DE SOUSA NEVES, SARA BARBOSA,  
SILVIO NUNES AUGUSTO JUNIOR, SILVIO SATO, TAMIRIS OLIVEIRA, THALES REIS ALECRIM

## ORGANIZADORES

Clotilde Perez e Eneus Trindade

# CULTURA (I)MATERIAL E RITUAIS DE CONSUMO



## AUTORAS E AUTORES

Alex Ramos Franco, André Peruzzo, Andreia Meneguete, Bruno Farias, Caio Braz,  
Clotilde Perez, Eneus Trindade, Flávio Rossi, Gabriel Caixeta, Giselle Fernandes, Isadora Petry,  
Julia Spohr Reinhardt, Juliana Amorim, Karina Araújo, Laila Djana Keller, Laís Trevizano,  
Leonardo Pachelle, Mariáh Rosa Cruz, Mariana Jatahy, Michel Campos Veloso, Mirela Perez,  
Nicolli Sanchez Silva, Paloma Gabrielle dos Passos, Rafael Braghetto Bezerra, Rafael Orlandini,  
Sara Almeida de Sousa Neves, Sara Barbosa, Silvio Nunes Augusto Junior, Silvio Sato,  
Tamiris Oliveira e Thales Reis Alecrim.

SÃO PAULO ECA-USP MAIO/2021

DOI 10.11606/9786588640326

## **ORGANIZAÇÃO**

Clotilde Perez e Eneus Trindade

## **CAPA E DIAGRAMAÇÃO**

Marcos Boscolo

## **ASSISTENTE EDITORIAL**

Rafael Orlandini

## **REVISÃO**

Clotilde Perez, Eneus Trindade e Rafael Orlandini

### **Catálogo na Publicação**

**Serviço de Biblioteca e Documentação**

**Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo**

C968

Cultura (i)material e rituais de consumo [recurso eletrônico] : perspectivas semiopsicanalíticas / organizadores Clotilde Perez, Eneus Trindade. – São Paulo : ECA-USP, 2021. 299 p.

ISBN 978-65-88640-32-6  
DOI 10.11606/9786588640326

1. Cultura material. 2. Consumo. 3. Semiótica. I. Perez, Clotilde. II. Trindade, Eneus.

CDD 21. ed. – 306.3

Elaborado por: Lillian Viana CRB-8/8308

As opiniões nesta publicação são de exclusiva e inteira responsabilidade dos autores e das autoras, não exprimindo, necessariamente, o ponto de vista da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

Esta obra é de acesso aberto. É permitida a reprodução parcial ou total desta obra, desde que citada a fonte e a autoria e respeitando a Licença Creative Commons indicada.



## **UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO**

### **REITOR**

Prof. Dr. Vahan Agopyan

### **VICE-REITOR**

Prof. Dr. Antonio Carlos Hernandez

## **ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES**

### **DIRETORA**

Profa. Dra. Brasilina Passarelli

### **VICE-DIRETOR**

Prof. Dr. Eduardo Henrique  
Soares Monteiro

# SUMÁRIO

## **PREFÁCIO**

Rafael Orlandini e Clotilde Perez

**06**

## **MEDIAÇÕES DAS MARCAS, MEGATENDÊNCIAS E RITUALIDADES NO CONSUMO ALIMENTAR: A PERSPECTIVA DE GRUPOS DE DISCUSSÃO EM SÃO PAULO**

Eneus Trindade e Silvio Nunes Augusto Junior

**09**

## **OS RITUAIS DO CONSUMO ALIMENTAR NA PERIFERIA DE SÃO PAULO, UM ESTUDO ETNOGRÁFICO**

Nicolli Sanchez Silva e Clotilde Perez

**21**

## **O *DELIVERY* DE LUXO E A TRANSFERÊNCIA DOS RITUAIS DE CONSUMO DOS RESTAURANTES DE ALTA GASTRONOMIA PARA OS LARES DURANTE A QUARENTENA PELO COVID-19**

Bruno Farias e Sara Barbosa

**31**

## **RITUAIS DE CONSUMO DE LUXO: ASPECTOS SUBJETIVOS**

Laila Djana Keller, Mariana Jatahy e Rafael Braghetto Bezerra

**49**

## **A JORNADA POR UMA BIRKIN: OS RITUAIS DE CONSUMO NA CONSTITUIÇÃO DE SENTIDOS DA BOLSA**

Rafael Orlandini, André Peruzzo, Isadora Petry e Nicolli Sanchez Silva

**65**

## **RITUAL DE BUSCA E CONSUMO DE LUXO: A AUSÊNCIA DE NARRATIVA DE MARCA DA BOTTEGA VENETA NAS MÍDIAS SOCIAIS COMO ESTRATÉGIA DE EXCLUSIVIDADE**

Andreia Meneguete

**84**

- OS SENTIDOS E AS RITUALIDADES DO GLAMOUR NA MODA** **98**  
Mirela Perez e Clotilde Perez
- MODA, DESIGN E CONSUMO: UMA PROPOSTA PEDAGÓGICA INTERDISCIPLINAR** **133**  
Bruno Pompeu
- BRECHÔS E O RITUAL POR TRÁS DE CADA GARIMPO** **145**  
Gisele Fernandes, Mariáh Rosa Cruz e Paloma Gabrielle dos Passos
- DOS SIGNIFICADOS CULTURAIS AOS MODOS DE CONSUMO DE WHISKY NA ATUALIDADE** **162**  
Flávio Rossi, Karina Araújo e Tamiris Nascimento
- ANÁLISE DO RITUAL DE PRESENTEAR DENTRO DE RELACIONAMENTOS AMOROSOS** **191**  
Julia Spohr Reinhardt e Thales Reis Alecrim
- GERAÇÃO *MILLENNIAL* E OS RITUAIS DE CONSUMO NO SPOTIFY** **212**  
Gabriel Caixeta, Lais Trevizano e Leonardo Pachelle
- AS SUBVERSÕES DO RITUAL DO CASAMENTO NO *REALITY SHOW* CASAMENTO ÀS CEGAS** **241**  
Alex Ramos Franco, Caio Braz, Michel Campos Veloso e Sara Almeida de Sousa Neves
- RITUAIS DE CIBERCONSUMO E OS *UNBOXING* VÍDEOS** **258**  
Silvio Sato
- RITUAL DE CONSUMO DO LIVRO NO BRASIL** **270**  
Juliana Amorim e Mariana Jatahy
- SOBRE AS AUTORAS E AUTORES** **293**

# ANÁLISE DO RITUAL DE PRESENTEAR DENTRO DE RELACIONAMENTOS AMOROSOS

Julia Spohr Reinhardt

Thales Reis Alecrim

## INTRODUÇÃO E METODOLOGIA

*Presente*, palavra que em Língua Portuguesa pode ser classificada como um adjetivo ou um substantivo. No primeiro caso, refere-se a algo “que se encontra” ou “que existe”. No segundo, *presente* pode ser entendido como o período que se situa entre o passado e o futuro, ou como um “objeto que se oferece a alguém”<sup>1</sup>. A etimologia nos leva ao encontro do latim *præsens* (*prae* – à frente, *esse* – ser, estar), dessa maneira a Língua Espanhola/Castelhana compartilha desses mesmos significados, expressando o sentido de algo que está à frente, seja no tempo, seja tratando-se do ato de presentear. Nesse sentido, observamos que essa é uma palavra polissêmica que permite diversos usos e empregos mediante ao enunciado, assim, focamos na última acepção demonstrada: presente enquanto algo que se oferece a alguém.

Nesse trabalho, almejamos analisar as dinâmicas dos presentes e do presentear na sociedade brasileira contemporânea com foco nos rituais de consumo. A pesquisa realizada privilegiou as trocas de presente ocorridas no interior de relacionamentos amorosos. Assim, amparados por um método netnográfico – abordagem de pesquisa mediada pelo uso da *internet* para entrar em contato com indivíduos e comunidades *online* (KOZINETTS, 2010) –, consultamos vinte atores sociais que nos relataram suas experiências com objetos trocados durante *relacionamentos amorosos*.

---

<sup>1</sup> Essa definição foi consultada no portal online do Dicionário Michaelis, lá estão disponíveis outros verbetes acerca da palavra presente que também pode se referir ao tempo verbal, assim como certas expressões populares. Disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=presente> Acesso em 15 ago. 2020.

Optamos por não realizar um recorte de gênero, mas sim etário, isto é, levamos em consideração o fato de eles serem Nativos Digitais ou Migrantes Digitais (PRENSKY, 2001), firmando o recorte entre indivíduos situados entre os vinte e os trinta e oito anos de idade. Levando em consideração que os primeiros nativos vieram ao mundo em 1995 e que adultos nascidos após 1982 entraram em contato com os meios digitais quando eram muito jovens, podemos partir da ideia de que esses atores tiveram suas vidas (re) estruturadas pelas mídias digitais de forma mais intensa do que as predecessoras. Essa alteração é tão profunda que Byung-Chul Han (2013, p. 5) afirma que o digital “transforma decisivamente nosso comportamento, nossa percepção, nossa sensação, nosso pensamento, nossa vida em conjunto”.

Neste sentido, a revolução digital pode ter alterado a dinâmica milenar do ato de presentear que, conforme Marcel Mauss (2003, p. 187) já havia constado no começo do século XX, está presente nas aglomerações humanas desde tempos imemoriais, inclusive em sociedades consideradas primitivas. Tal mudança situa-se após a revolução do consumo iniciada na aurora da época moderna (XVI-XVIII) e do advento do capitalismo, que também exerceram fortes influências nessas dinâmicas, já que passou a existir a interferência e a mediação do mercado dentro dessas relações que envolvem trocas de bens.

Diante do recorte exposto, nossa abordagem está calcada na análise do ritual de presentear/ser presenteado. Considerando que os presentes no século XXI passam necessariamente pelo consumo e que, assim como Clotilde Perez (2020, p. 50) demonstra, na sociedade contemporânea, os atos de consumo se concretizam na forma de rituais, então devemos observar que “A formalidade, ou seja, ações tidas e entendidas como especiais e, portanto, não triviais, a manutenção de regras e a repetição vão aos poucos construindo significados que sedimentam esses fazeres cristalizando-os como rituais”.

Contudo, apesar da autora oferecer um modelo para entendermos o ritual do consumo, ela propõe que observemos as especificidades de cada caso, pois existem processos específicos em relação a diferentes tipos de consumo, que envolvem pesquisa e análise. Assim, também nos valem dos referenciais da antropologia, da filosofia e da psicanálise, pois essas ferramentas auxiliam-nos a melhor entender as dinâmicas de significação envolvidas no presentear/ser presenteado. Por um lado, Jacques Godbout, Alain Caillé (1998) e Daniel Miller (2002), oferecem um sólido referencial para entendermos o lugar do presente na sociedade de consumo. Por outro, Sigmund Freud (2010), Byung-Chul Han (2017) e Stuart Hall (2014), contribuem para compreensão específica dos relatos e suas construções simbólicas.

Referente aos relatos, utilizamos um método de coleta mais livre, conduzido sob instruções e questões simples como, por exemplo, “conte-me sobre sua experiência com presentes em relacionamentos amorosos”. Para Roberto Da Matta (1978) e Clifford Geertz (2008), os relatos dos informantes são documentos privilegiados para o estudo das sociedades, pois, através deles, podemos observar a dinâmica desses processos em primeira mão e, partir daí, no nosso lugar enquanto pesquisadores, realizamos as interpretações.

Com o intuito de facilitar nossa interpretação, dividimos os relatos em sete categorias. Utilizando a abordagem do *human centered research*, as mensagens e os áudios transcritos (dados qualitativos) foram agrupados em uma análise informal, observando-se os padrões apresentados (KUMAR, 2013). O estudo do presentear envolve a compreensão de certas dinâmicas sociais e psicológicas, pois se relaciona ao sucesso ou a falência da troca de bens e objetos como uma forma de confirmar vínculos sociais.

Por esse motivo, o presente e a dádiva foram primeiramente analisados pela antropologia. De acordo com Marcel Mauss em Ensaio sobre a dádiva, a dinâmica do dar-retribuir-receber constituía-se em um fato social total que abarcava toda a vivência das comunidades. A partir dessa hipótese, esse antropólogo abriu o campo de pesquisas sobre os presentes e o presentear, mesmo que em seu texto ele ainda não considerasse, de forma sistemática, as dinâmicas próprias das sociedades capitalistas. Por esse motivo, continuamos esses estudos, pois ainda é um campo incipiente com pouca bibliografia disponível.

Seguindo o mote aberto por Mauss, mas com olhos atentos para as considerações advindas da psicanálise, propomos a análise do ritual do presente em suas funções antropológicas e psíquicas. Para atingir tal objetivo, na primeira seção deste artigo, apresentamos a bibliografia disponível e delimitamos o nosso objeto de estudo: o presente no interior de relacionamentos amorosos. Em segundo lugar, apresentamos o olhar do outro como um ponto fundamental para a nossa compreensão desse ritual. Assim, após as explicações teóricas, apresentamos o modelo de análise ritualística do ato de presentear/ser presenteado, seguido do deslindamento dos relatos.

## PRESENTES: FUNÇÃO SOCIAL E RELAÇÕES AMOROSAS

Admitindo, junto com Clifford Geertz que a interpretação antropológica consiste em “traçar a curva de um discurso social; fixá-lo numa forma inspecionável” (2008, p.13), então podemos definir que o objetivo dessa seção é compreender como os presentes se relacionam com determinado estado cultural. Aqui estabelecemos as diretrizes teóricas que subsidiarão a análise dos vinte relatos e mapeamos a bibliografia disponível sobre o tema. Por conseguinte, com o intuito de definir as amarras sociais e os discursos estruturantes da dinâmica do dar-retribuir-receber no contemporâneo, dialogamos com Mauss (2003), Godbout e Caillé (1998) e Miller (2002, 2007).

Marcel Mauss, no começo do século XX, estudou as relações do dar-retribuir-receber em comunidades primitivas. O seu argumento fundamentava que esse processo era um fato social total, isto é, organiza e estrutura toda a sociedade em torno desses princípios. Além disso, essa dinâmica possuía uma potência tão intensa que atravessava o espaço e o tempo, sendo encontrada tanto em tempos longínquos, quanto na moderna sociedade industrial. Assim, Mauss afirma que mesmo em uma relação em que existe um genuíno “caráter voluntário, por assim dizer, aparentemente livre e gratuito”, ainda há algo de “obrigatório e interessado” (2003, p. 184).

Jacques Godbout e Alain Caillé (1998) em *The World of the Gift*, levam essas premissas até o limite na tentativa de compreender o estatuto do presente no mundo contemporâneo. Para introduzir esse argumento, eles partem de uma premissa básica: as trocas de bens entre os seres humanos não ocorrem apenas por interesses econômicos, existem outras necessidades além dos fins materiais.

Eles sustentam que os presentes são, por excelência, construtores de vínculos e laços sociais e constituem um sistema bem estabelecido que mobiliza certos símbolos e valores que atravessam cada cultura. Nesse caso, o entendimento do presente, com certeza, deve levar em consideração a existência da sociedade de consumo, contudo, não deve se reduzir isso. Nas palavras dos autores, “devemos ver a dádiva como a base de um sistema, um sistema que nada mais é do que o sistema social como um todo. A dádiva é a encarnação de um sistema de relações estritamente sociais, na medida em que essas relações não se reduzem a fatores de poder ou interesse econômico” (GODBOUT; CAILLÉ, 1998, p. 13).<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Tradução nossa, no original consta: “we must see the gift as the basis for a system, a system that is nothing less than the social system as a whole. The gift is the embodiment of that system of relationships that is strictly social, in that these relations cannot be reduced to factors of power or economic interest”.

Assim, podemos observar a continuidade do conceito elaborado previamente por Mauss (2003). O presente constitui-se como um fato social total que estrutura toda a sociedade em torno dos seus pressupostos de dar-retribuir-receber. A propósito, Daniel Miller aponta em uma direção semelhante, mesmo que seu objeto privilegiado de análise não seja, necessariamente, o presente e sua simbologia.

Miller (2002), em *Teoria das Compras*, a partir de uma densa pesquisa etnográfica em supermercados na periferia de Londres, observa que as compras também podem se constituir em atos de amor. Neste sentido, o ato de comprar algo para alguém reflete um código de cuidado que visa a manutenção do vínculo afetivo e social.

Assim, em suas palavras, “O interesse por determinados produtos tende a surgir mais a partir do desenvolvimento de relacionamentos significativos do que de sua ausência. A incapacidade de se relacionar com pessoas costuma implicar uma incapacidade de se relacionar também com mercadorias” (MILLER, 2002, p. 48). Portanto, no consumo existe uma forma de construção e manutenção dos vínculos sociais, algo que também atravessa o presente.

O interessante é que esse autor também atinge a mesma consideração, o consumo é um fato social total devido ao seu poder de estruturar todo o sistema simbólico de uma sociedade. Por conseguinte, todos os autores aqui mobilizados convergem nesse aspecto: o ato de dar algo para alguém está intimamente relacionado com a construção dos vínculos sociais e moldado de acordo com o amplo esquema das sociedades e sistemas de significação cultural.

Para exemplificar como o consumo de presentes vai além da lógica econômica, os Godbout e Caillé (1998) descrevem uma situação concreta. Pensando em um jantar, onde uma pessoa paga pelos aperitivos e a outra, em resposta, se oferece para pagar pelo vinho, eles se questionam: isto é presentear? Se o *quid pro quo* fosse sempre o objetivo, por que não ser combinado antes de qualquer coisa? E se não for, então significa que estamos diante de uma situação em que uma parte irá perder e a outra irá ganhar, monetariamente, a diferença da conta? Eles concluem que “a criação de laços sociais não obedece a regras elusivas cujas conexões com a lógica econômica são muitas vezes estranhas e paradoxais.” (1998, p. 5).<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Tradução nossa, no original consta: “...the creation of social ties does not obey elusive rules whose connections with economic logic are often strange and paradoxical.”

Com toda certeza existem outras implicações – principalmente de ordem psíquica – que revelam a contundência do presente enquanto um olhar direto para o outro. No caso aqui abordado, o presente no interior de um relacionamento amoroso, existem algumas nuances específicas que devemos ter em mente. Afinal, desde Ovídio existem manuais amorosos sobre como presentear corretamente o seu par amoroso. Em *A arte de amar*, escrito por volta dos anos 1 a.C. e 1 d.C., o poeta aconselha que os presentes “*sejam modestos, mas escolhidos e oferecidos com habilidade*” (OVÍDIO, 2001, p. 60).

Para Ovídio, essa é uma atividade de maior importância, pois é algo necessário para efetivar uma relação. Ironicamente ele afirma: “*Sim, Homero, você mesmo poderá vir, acompanhado das Musas; se não trouxer nada, o mandarão embora, Homero*” (idem). Dessa maneira, palavras e gestos não são o suficiente, um presente deve acompanhar aquele que se atreve a amar, contudo, o curioso é que, nesses versos, o autor recomenda que se invente uma história, uma narrativa eloquente, que transmita a grandiosidade do presente.

Apesar desses registros antigos, devemos considerar que a prática do presentear sofreu consideráveis alterações devido à marcha do processo civilizador. A partir do século XVIII essa se tornou uma prática pertencente ao reino da vida privada, assim, algo que anteriormente unia tribos e coletividades, passou a intermediar as relações entre indivíduos, categoria sociológica que, aliás, somente ganhou contornos mais precisos durante a modernidade. Portanto, mesmo considerando, junto com Mauss (2003), que a dádiva é um fato social total, deve-se observá-la sob o prisma da temporalidade, em cada época ela assumiu nuances diferentes.

No caso da troca de presentes no interior de relações amorosas, há de se levar em conta também a emergência das representações do amor romântico. Como bem demonstra Irving Singer, na baixa Idade Média, surgiu o amor cortês, um tipo de relação que levava em consideração a vontade de ambas as partes em estarem juntas. Essa forma de relacionamento consolidou-se nos séculos seguintes, caracterizando o tipo ideal de união. Contudo, no século XIX surgiram nuances: a Revolução Francesa (1789) e o movimento romântico providenciaram o material filosófico necessário para fundamentar a existência de indivíduos que estabeleceriam relações de desejo. A partir desse momento, emerge o “sentimento de devoção” individual que passaria a caracterizar as visões idealistas do amor romântico que atravessaram o século XX (SINGER, 2009, p. 56).

De acordo com Mary del Priore (2011), essa forma de relacionamento é intensificada na segunda metade do século XX. Os indivíduos começaram a tomar consciência de sua singularidade em relação aos outros, isso fica bem expresso com a liberação sexual ocorrida nos anos 1960. Ao passo que antes o amor representava uma forma de união com o outro, agora as relações seriam marcadas pelo hedonismo, pela busca do prazer imediato. Isso tornou possível a comercialização do amor através dos meios de comunicação:

O presente amoroso é procurado, escolhido e comprado na maior excitação - excitação tal que parece ser da ordem do gozo. Calculo ativamente se esse objeto agradará, se não decepcionará, ou se ao contrário, parecendo importante demais, não acabará denunciando o delírio - ou o engano onde estou. [...] Através desse objeto, te dou meu Todo, te toco com meu falo; é por isso que estou louco de excitação, que percorro as lojas, que teimo em encontrar o bom fetiche, o fetiche brilhante, exato, que se adaptará perfeitamente ao teu desejo (BARTHES, 1977, p. 66).

Inserido nesse contexto de liberação sexual, a (des)tradicionalização e o individualismo eram enfatizadas a partir da nomeação de dois gêneros com potencial de igualdade. Assim, cada indivíduo passou a dispor “*de poderosas expectativas normativas e pressões culturais para se desenvolver como indivíduo, com sua própria carreira e trajetória*” (MILLER, 2002, p. 133), em um projeto de autoidentidade. Isso indica uma nova tensão para os relacionamentos amorosos, que demandariam algum comprometimento, mas também que o indivíduo se entregasse a um todo, uma eliminação da desejada individualidade. Por conseguinte, o sentido social do presente cambia, revelando um deslocamento da devoção dentro dos relacionamentos contemporâneos, substituindo as demonstrações românticas de outrora.

Alguns autores se debruçaram sobre a importância do ato de presentear dentro das relações amorosas. Nessa bibliografia estão expressas como essa dinâmica se alterou de acordo com o tempo (SAAD; GILL, 2003), enfatizando como presente é importante dentro do ritual de confirmação do vínculo que une determinado casal, como tratam (BELK; COON, 1993), no artigo *Gift-giving, Estilos de Amor e Sacrifício: uma Análise Entre Parceiros Românticos*, em que os autores realizam uma tipologia das formas de troca de presente dentro de relacionamentos amorosos, definindo que, o que diferencia esses atos das outras formas de consumo, são as motivações e a intenção de estabelecer um vínculo (SILVA; FARIA; GOMES; MELO, 2020, p. 29).

Dessa maneira, a bibliografia converge em apontar que no momento em que os presentes deixam de intermediar trocas sociais e passam a operar funções mais específicas no interior das relações amorosas, ocorre uma subversão do que ocorria nos séculos anteriores. O presente passa a estabelecer uma forma de ligação entre indivíduos, expressando questões que emergem do inconsciente, relacionando símbolos de desejo em relação ao outro, consumando o “fetiche” de *possuir*. Por esse motivo, para compreender a troca de presentes, devemos também observar as suas implicações psicanalíticas.

## A IMPORTÂNCIA DO OLHAR DO OUTRO

Uma certeza tão *real* quanto o *eu*, para Freud, não existe desde o início da história do indivíduo, ele precisa ser desenvolvido (FREUD, 2010, p.13). Não sendo uma realidade originária, o *eu* “*é constituído num processo de encontro com dimensões de alteridade*” (MOREIRA, 2009 p.232). São as figuras de cuidadores que, em um ato de narcisismo reavivado, adjetivam os filhos. No texto Introdução ao Narcisismo [2010 (1914)], o narcisismo é apresentado enquanto uma fase do desenvolvimento do indivíduo, “*o complemento libidinal do egoísmo do instinto de autoconservação, do qual justificadamente atribuímos uma porção a cada ser vivo.*” (FREUD, 2010, p. 10). Na infância, antes da formação do eu, as relações objetais não existiriam.

Ao crescer e passar por repressões, o *outro* nasce: “*A castração revela a presença fundamental do outro para a constituição do eu no âmbito das relações intersubjetivas*” (MOREIRA, 2009, p.7). Contudo, o indivíduo, incapaz de abrir mão da perfeição narcísica de sua infância, desloca parte desse amor a si para o eu *ideal*. “*O que ele projeta diante de si como seu ideal é o substituto para o narcisismo perdido da infância, na qual ele era seu próprio ideal.*” (2010, p. 28). O restante desse amor, será investido em objetos, incluindo o outro.

Ainda que exista uma certa amnésia dos momentos de relação com a família e, em especial, com a fonte nutridora do bebê, Freud traz, em um texto de 1905, *Três Ensaios sobre a Teoria da Sexualidade*, “*que as mesmas impressões por nós esquecidas deixaram, ainda assim, os mais profundos rastros em nossa vida anímica e se tornaram determinantes para todo o nosso desenvolvimento posterior.*” (1949, p. 18). Tal fonte de nutrição é o primeiro objeto de amor do bebê e seria para sempre lembrado. “*Não é sem boas razões que, para a criança, a amamentação no seio materno toma-se modelar para todos os relacionamentos amorosos. O encontro do objeto é, na verdade, um reencontro.*” (1949, p. 40). No desenrolar do crescimento o *eu* percebe-se faltante. O indivíduo busca no outro a solução para a falta do *eu* desejante. O olhar do outro seria uma espécie de confirmação do *eu*.

Apesar de utilizamos comumente como sinônimo de coisa, a palavra objeto<sup>4</sup>, originada do latim *objectum*, é, segundo a etimologia da palavra, algo posto *diante* de um indivíduo. Isto é, precisa de um outro para fazer sentido. Por conseguinte, se o outro não sou eu, significa que este é um *estranho*. Como nos lembra Byung Chul Han, em *Agonia do Eros* (2017), o outro não é só exterior, como também assimétrico. Assim, uma relação bem-sucedida com o outro é uma espécie de fracasso. É só através do “não-poder-poder” que surge o outro: “*Se fosse possível possuir, apreender e reconhecer o outro, o outro não seria o outro. Possuir, reconhecer e apreender são sinônimos de poder*” (2017, p. 13).

Para o autor, inclusive, é na negativa diferença do outro, a atopia, que não pode ser abarcado pelo regime do eu, é que podemos alcançar *eros*. O sentimento de fortaleza que prevalece em uma relação não seria o desempenho de si mesmo, mas sim o dom do outro. Assim como o presentear não é reciprocidade, o *eros* também é uma relação assimétrica com o outro. “Sobre a alteridade não é possível estabelecer um registro de controladoria. Ele não entra no balanço dos débitos e créditos.” (HAN, 2017, p. 17)

É importante trazer à discussão também o conceito de empatia, palavra complexa de origem grega que significa estar dentro, em relação ao outro. Empatia indica, então, a tarefa de emprestar nossa subjetividade ao outro e de se imaginar em seu lugar, em suas vivências, dores e alegrias. Em palestra no Café Filosófico do CPFL (2017), a psicanalista Teresa Pinheiro comenta que nesse processo de imaginar que o outro funciona de forma semelhante é que o indivíduo entende que o outro sofre como ele: “*Eu só posso me colocar no lugar do outro se eu imaginar que o outro é um semelhante*” (PINHEIRO, 2017).

Retomando o conceito de narcisismo, observa-se que este é um termo comumente utilizado para descrever vaidades e preocupações com a imagem a incapacidade de se preocupar com o outro, de pôr em prática a empatia. Na história mitológica grega de Ovídio (1983), a *hybris* (descomedimento) de Narciso, é precisamente o amor guardado apenas para si, e não ao outro, que acarreta sua morte. Após decepcionar diversos jovens, um levanta as mãos aos céus e exclama: “*Que ele ame, por sua vez, e não possa possuir o objeto amado.*” (1983, p. 59). Ao ver sua imagem refletida em um rio, Narciso se apaixona e, não conseguindo se aproximar para abraçar seu amado reflexo nas águas, ele definha de fome e sede. O personagem enlouquece no desespero de uma paixão não correspondida consigo mesmo.

---

<sup>4</sup> Essa definição foi consultada no portal online do dicionário Infopédia. Disponível em: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/objeto> Acesso em 29 ago. 2020.

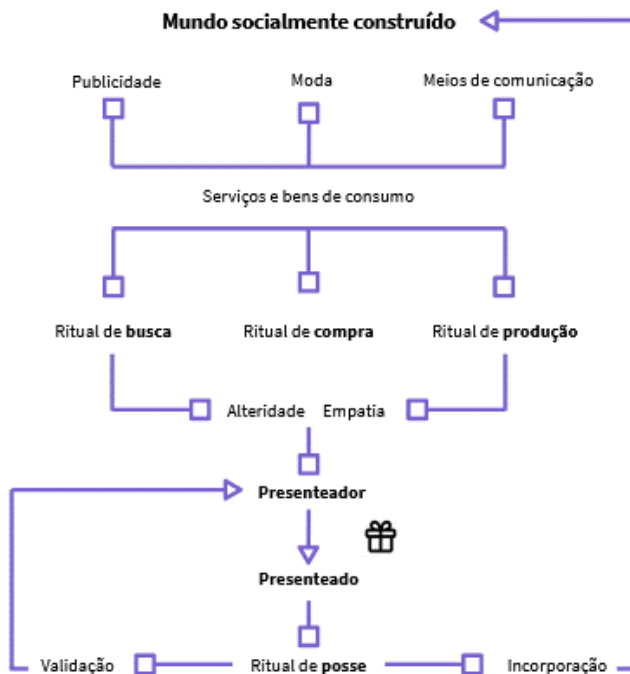
É interessante que antes de morrer Narciso tenha despertado a paixão da ninfa Eco, que, por castigo, estava destinada a só conseguir repetir as últimas palavras do que lhe era dito. Após perceber que Narciso não havia se encantado por ela, Eco retira-se para um rochedo, tornando-se eternamente a repetição da voz do outro. Tanto Narciso quanto Eco parecem perder a delimitação eu-outro. Representam então esses momentos de confusão tão atuais da excessiva estima ou da enorme falta do eco interno que reafirma, mesmo que ilusoriamente, o eu.

O olhar do outro importa, porque o amor a si mesmo nasce de um olhar externo. Somos formados por olhares: “o eu se forma à sombra do outro; o eu se estrutura na imagem dada a partir de um outro, e é pela intervenção desse outro que o eu se constitui” (MOREIRA, 2009, p.234). Sendo o eu e o outro, produtos de uma construção psíquica, o presentear é um exercício de *validação* e *incorporação*. Na ação de dar um presente é preciso tanto se pôr no lugar do outro, positivando-o por um instante, e imaginando saber o que sente e deseja, quanto entender a negatividade da alteridade. O que entendemos por eu e por outro está intimamente ligado a processos do presentear, como veremos a seguir.

## QUAIS OS RITUAIS EM TORNO DO PRESENTE?

A partir das dinâmicas observadas anteriormente e com base nas ideias colocadas por Perez (2020, p. 59), propomos analisar o ritual do presente de acordo com o seguinte modelo. Partindo do mundo culturalmente constituído, os vetores imbuem os bens e serviços de significados. Os rituais, por sua vez, são realizados tanto pelos presenteadores como pelos presenteados. Assim, pode-se observar que há uma circularidade de sentidos, sendo que nenhum dos atores sociais é passivo, pois todos exercem do seu papel na construção de representações e significados para o mundo social.

Figura 1 – Modelo de ritual do presente a partir de Perez (2020)



Fonte: Elaborado pelos autores

Em relação ao modelo de Perez, alteramos os vetores, ao invés de telenovelas, incluímos os meios de comunicação como um todo, incluindo as mídias sociais (algo mais relevante para os atores sociais aqui abordados). Além disso, nos casos analisados, percebemos que os principais rituais em torno dos presentes são os de busca, compra, produção (o que envolve aperfeiçoamento, criação, velamento etc.) e de posse, por parte do presenteado.

Contudo, além dos rituais, existe uma dinâmica específica do presente, algo que envolve a alteridade e a empatia (diferentes olhares ao outro), em um processo realizado pelo presenteador. Também se percebe uma intensa atividade por parte do presenteado, que realiza um ritual de posse capaz de apontar em duas direções: 1) validação do presente em relação ao presenteador e 2) uma resignificação do objeto/serviço que pode ser incorporado (armazenado, exposto, posto em uso etc.), desferindo uma circularidade de sentidos. Esse seria o caso perfeito, contudo, podem ocorrer ruídos que alteram a dinâmica desse ritual, assim como podemos observar pelos grupos de análise a seguir.

## RELATOS SOBRE O PRESENTE

### “ERA TIPO ‘ALGUÉM SE IMPORTA MUITO COMIGO’ DENTRO DAQUELE TUBO”

“Pô, vai parecer bem simples, mas o presente de namorado que mais me marcou foi o que o meu namorado me deu no meu aniversário do ano passado. Uns meses antes, a gente foi passear no MASP e eu fui em todas as lojinhas lá dentro procurando um cartaz da exposição da Tarsila do Amaral. Tava esgotado. Eu fiquei bem frustrado. Corta pra meses depois, meu aniversário, eu recebo um tubo e era o cartaz da Tarsila. Ele não tinha achado, ele tinha feito um. Eu fiquei super emocionado. Eu já ganhei viagem, roupa cara, obra de arte, livro foda, aquele último álbum caríssimo da Britney, mas nada me emocionou tanto quanto esse cartaz. Era tipo “alguém se importa muito comigo” dentro daquele tubo”. Entrevistado 1 - Homem, 32 anos

“Uma camisa com estampa pintada a mão. Sem dúvidas aquilo aí virou um marco muito grande pra mim. Tanto que nunca consegui me desfazer da camisa, só não uso mais. Quando recebi, eu sentia que tinha tanto amor e carinho nela que parecia que aquela camiseta me dava uma coisa no peito, acho que foi a coisa que mais marcou.” Entrevistado 8 - Homem, 19 anos

“Dei esse quadro de presente de aniversário pro meu ex namorado. Mostra o mapa das estrelas do céu na data e horário que ele nasceu, em São Paulo. Incluí a frase favorita dele também, que tem muito a ver com ele e com o que acredita.” Entrevistado 11 - Mulher, 28 anos

“Eu tinha um peguete que na época eu curtia muito ele. No dia do meu aniversário ele me mandou uma mensagem cedinho com coordenadas até chegar em uma praça perto da minha casa com um muro atrás. E aí ele tinha feito uma colagem na parede de músicos que eu gostava. Depois ele me mandou parabéns. Eu achei extremamente fofo, foi o melhor presente da vida. Na época eu fazia arte de rua então teve todo um significado ele ter feito isso pra mim.” Entrevistado 13 - Mulher, 35 anos

Sob instruções simples, vinte atores sociais enviaram relatos através de aplicativos como WhatsApp e Instagram. Ao analisá-los, percebe-se que os relatos sob papel de “presenteados” e com sentimentos agradáveis foram majoritários. Só após os pri-

meiros relatos enviados, ao desenrolar da entrevista, surgem então espaço para dividir vivências menos agradáveis e situações onde confessam terem “errado” nos presentes.

Diferente das compras do dia a dia do ensaio de Miller, no ato de presentear existe uma indulgência excepcional e o teor de “ocasião”, ponto que o autor já havia percebido no capítulo intitulado *Presentinho* (MILLER, 2002). Nesse momento do livro o autor relata que a compra de itens especiais são um pagamento ao comprador e a sua individualização em relação ao restante da família. De forma similar, nos relatos em que o presente foi bem recebido, aparece repetidamente o código de cuidado. Cuidar, do latim “*cogitare*”, significa refletir, pensar<sup>5</sup>. Literalmente, trabalhar mentalmente algo ou alguém. Nesse processo de adicionar significado ao ato de presentear não só se exercita o “*cogitare*” como também se valida a individualização daquela pessoa num rito devocional.

Destaca-se também o reforço nos relatos sobre o significado do presente, que não estaria ligado ao valor do item enquanto possível *status* social, mas sim a algum assunto ou tema do interesse do presenteado, ou ainda ao esforço da busca do presenteador por algo estimado pelo presenteado. Ao perceberem o processo de alteridade e empatia do presenteador, os presenteados validam os presentes e incorporam a identidade do outro naquele presente como parte de sua própria.

### “NO FUTURO VAMOS MORAR JUNTOS E TER NOSSAS PANEIAS.”

“Livros, discos de vinil, roupas, produtos esotéricos. Livros e discos têm a ver com colecionismo. Eu TB dou alguns presentes para minha companheira assim. Que vai completando uma coleção e a gente vai criando um acervo conjunto. Que acaba sendo um acervo mútuo. A gente presenteia com algo que sabe que o outro vai gostar. Mas como os dois tem certo gosto por colecionar. Acaba sendo vários acervos numa coleção maior.” Entrevistado 7 – Homem, 27 anos

“Sobre o presente, foi uma cafeteira italiana que ganhei da minha namorada. É algo especial porque uso todos os dias, café é algo que eu gosto e é super prático. Tem o lance de estarmos juntos toda a vez que eu tomo café. É um trem durável, é uma cafeteira de ferro, vai durar para vida inteira. Tem esse lance de duração da relação e uma espécie de compra que sinaliza o futuro em que vamos morar juntos e ter nossas paneias.” Entrevistado 18 – Homem, 26 anos

<sup>5</sup> Essa definição foi consultada no portal online do Dicionário Infopédia. Disponível em: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/cuidar> Acesso em 29 ago. 2020

As compras londrinas, relata Miller, raramente eram dirigidas pela própria pessoa que comprava em um ato individualista ou individualizante. Na verdade, a compra das mercadorias direcionava-se a duas formas de “alteridade”: 1) a relação entre o comprador e outro indivíduo particular, podendo estar presente no domicílio, ser desejado ou *imaginado* e 2) a relação com um objetivo geral, relacionado aos valores aos quais as pessoas desejariam se dedicar. (2002, p. 27)

Em nossas observações e na construção do modelo de ritual do presente *ideal*, ambas formas de alteridade mostram-se indispensáveis. Afinal, o presente precisa ser pensado em relação ao outro e a partir de algum valor desejado, mesmo que essa relação ainda esteja se construindo. Nos relatos de colecionismos conjuntos e de presentes utilitários, observa-se que o presente estimula o presenteador e o presenteado a imaginarem novas possibilidades para si mesmos. (MILLER, 2002, p. 43). Além disso, no compartilhamento de gostos também fica exposta o entrelaçamento do amor intradomiciliar (ou de sua intenção futura) lançado para as próprias conexões sociais entre os indivíduos (“*é uma cafeteira de ferro, vai durar para vida inteira*” - Entrevistado 18). Assim, os objetos “*tornam-se um dos meios mais fundamentais para a construção de seus relacionamentos de amor e carinho na vida prática.*” (MILLER, 2002, p. 32). O presente não apenas reflete o amor, como também é um modo de ele se manifestar e reproduzir.

### “EU COMPREI ESSE LIVRO PARA VOCÊ, COM INTERESSE PESSOAL”

“Esses dias eu peguei alguns livros que eu percebi que eu comprava livros pro meu marido, mas de antropologia. Aí eu colocava na dedicatória: ‘Eu comprei esse livro para você, com interesse pessoal’, hahaha!” Entrevistado 5 - Mulher, 38 anos

“Era a comemoração do primeiro ano de namoro e isso era novo pra mim. Ele sugeriu de ir num japonês e topei. Lembro de imaginar que cada um pagaria sua parte. Então não pensei em comprar presentes, ainda mais com a dureza que eu já enfrentava pra pagar as contas, na época. Após o jantar, no entanto, ele não me deixou pagar minha parte e disse que tinha planejado uma noite incrível. Me incomodou, mas tive receio de bater o pé e acabar com a nossa noite. De lá, fomos pra um motel em outra cidade. O quarto estava todo enfeitado e em cima da cama tinha um pacotinho. Ele me pediu pra vestir. Me incomodei. Achei que ele entenderia, mas não. Ele fechou a cara, disse que tinha pensado a noite toda, que tinha se antecipado, planejado, INVESTIDO e que, o mínimo que eu podia fazer. Depois daquela noite, enfiei numa gaveta e nunca mais usei. Toda vez que olhava pra ela, sentia uma revirada no estômago. Quando mudei de casa, senti que era hora de mudar tudo e jogar aquilo fora.” Entrevistado 19 - Não binário, 32 anos

Miller, quando fala de amor, esclarece que não está entendendo o termo apenas enquanto uma visão romântica de um momento idealizado do namoro (2002, p. 33). Assim, amor pode compreender carinho, preocupações, responsabilidade e hábito, da mesma forma que ressentimento, frustração e ódio. No primeiro relato, o presenteador insere na dedicatória do presente seus objetivos e diverte-se com a ideia de uma congruência de interesses calculada. Já no segundo, o presente é recebido negativamente, e por fim é imposto. Godbout e Caillé (1998) lembra que Mauss já havia percebido que a palavra usada para *presente* em algumas línguas germânicas significava tanto *presente* quanto *veneno* (GODOBOUT, CAILLÉ, 1998, p. 8). Tal relato ressoa o que autor observou sobre presentes recusados. Nesse caso, a aceitação parece vir da retaliação que se segue. O presente seguiu lembrado com uma “*revirada no estômago*” e por fim, é jogado fora, junto com o fechamento de um ciclo: a mudança de casa.

### “EU NÃO VOU USAR POR CONSIDERAÇÃO A PESSOA, SABE?”

“Eu devia ter uns 17 anos, tava entrando na faculdade e namorava uma mulher um ano mais velha. De aniversário eu tava em uma época que estava ouvindo muito Metallica com a sinfônica de São Francisco e aí ela resolveu me fazer uma surpresa. Ela me deu uma camiseta com a capa do CD. Só que não existia nenhuma estampa legal pra isso. Ela procurou uma imagem e mandou fazer. Mas a aplicação na camisa ficou feia para caramba. Eu não consegui usar. Um presente quando não é pra eu usar, faz muito mais sentido do que me dar uma roupa que não vai dar certo em mim. As pessoas dificilmente acertam meu tamanho. E aí... eu não vou usar por consideração a pessoa, sabe?” Entrevistado 10 – Homem, 31 anos

“Eu prezo muito que a pessoa goste do mesmo tipo de coisa que eu. E acho que por conta disso, eu espero um presente que tenha a ver comigo. E aí... ele me deu uma blusinha no natal, lilás, com babadinho assim na ponta. E um coração meio bordado com umas miçangas... Gente! Eu achei UÓ. Eu sempre fui esse meu estilo, né, mais largado... E depois eu não sei se eu descobri, ou se eu supus, que a irmã dele comprou, sabe? Eu nunca usei essa blusa horrível. Eu esperava que ele tivesse o cuidado de dar algo que tivesse a ver comigo.” Entrevistado 12 – Mulher, 35 anos

O presente passa por um exercício de alteridade e o ritual somente se concretiza, de forma exemplar, quando ocorre um “olhar ao outro” pelo presenteador e o ato de consumo, por parte do presenteado. Neste sentido, o outro, inacessível por essência, precisa ser “lido”. Às vezes, os presentes podem invadir a identidade do presenteado e criar uma obrigação da retribuição de uso embaraçosa. As roupas, nestes dois relatos, respectivamente camiseta e blusa, são primariamente itens através dos quais o sujeito se expõe ao mundo. A intenção da conexão social fica, assim, em segundo plano.

Nesse caso, está expresso como os presentes, para completar todos os estágios do ritual, precisam passar pelo processo de alteridade (presenteador) e ser validados como algo relevante para identidade do presenteado. O que chama a atenção nestes relatos são os ruídos causados pelos presenteados, estes não validaram os presentes e incorporaram esses elementos de maneira negativa, isto é, os objetos não encontraram ressonância dentro da concepção de vida desses sujeitos. Aqui observamos um caso de exceção que confirma a regra estabelecida pelo nosso modelo, pois percebe-se que quando não são operados os “olhares ao outro”, os rituais de validação e incorporação não ocorrem como uma maneira de confirmar o vínculo no interior dessas relações amorosas.

### “APESAR DE FOFO, ACHEI MEIO... OVER”

“Teve uma situação que o presente foi muito bom, mas o contexto me pegou meio desprevenido e achei meio esquisito. Eu tava conhecendo um boy pela primeira vez. Ele foi na minha casa no nosso primeiro date. Na hora que eu abri a porta ele falou assim: ‘Espera!’. Aí ele colocou play em uma música da Lily Allen que eu não lembro qual que era. Aí ele falou: “Tá, agora sim posso te cumprimentar”. Aí ele me deu um abraço segurando em uma mão um celular e na outra mão uma barra enorme de chocolate Milka. Apesar de ter sido fofo o chocolate, eu achei meio... over. Caramba você tá me conhecendo agora, pela primeira vez e já está me tratando assim? A gente nunca mais se viu, apesar do date ter sido muito bom.” Entrevistado 2 – Homem, 30 anos

“Eu tinha acabado de começar a ficar com um menino, acho que a gente estava ficando há menos de uma semana. A gente mal se conhecia (ao meu ver) haha! O que aconteceu é que a gente se viu uns três dias seguidos e ficou uns dois sem se ver, no próximo dia que a gente se encontrou ele me deu uma almofada de presente, que tinha uma mensagem mais ou menos assim: “ficar longe de você faz mal pra minha saúde”. E eu achei super fofo, mas ao mesmo tempo fiquei assustada, porque a gente mal se conhecia, estávamos ficando há pouquíssimo tempo e já estava assim... imagina como seria nos próximos dias! Ele continuou sendo super grude e teve ataques de ciúmes em duas semanas, daí não deu muito certo...” Entrevistado 4 – Mulher, 22 anos

Nesse caso estão destacados presentes que declararam, deliberadamente, a intenção de firmar um vínculo. Contudo, ao invés de lograr em suas vontades, percebe-se que a falta de reciprocidade do vínculo quebra a magia (a magia precisa ser compactuada). Para esses autores, a atração do presente é tão poderosa quanto a atração do lucro. Neste sentido, percebe-se que, para alguns entrevistados em relacionamentos incipientes, presentes surpresas trouxeram sentimentos de desconforto. Nos relatos aparece a ambiguidade do ato em desconexão ao momento do relacionamento, suscitando perguntas sobre o futuro. Que tipo de atração pretende esse presenteador? Em situações onde não se conhece o presenteado, o conteúdo do presente não parece ser o do outro, mas sim de quem presenteia, “como atitude específica de corte” (MILLER, 2002, p. 42).

Novamente observa-se que quando não ocorrem os processos de alteridade e empatia, ele falha em concluir o circuito desse ritual que visa a confirmação de um vínculo que une essas pessoas em um relacionamento amoroso. Isso revela a importância do *ser visto tal como sou* para a validação de uma relação social, sendo que o presente desempenharia esse papel de expressar o *eu te reconheço* e, em contrapartida, *sou reconhecido*.

### “DESCOBRI QUE ELE TINHA ME DADO UM LIVRO DE UMA EX DELE”

“Teve um ex peguete meu que durou anos de relacionamento. Pedi um presente ele me deu um cd do molejo e uma bolsa térmica. Pegou o que ele tinha guardado na casa dele e não usava mais. Terminei na semana seguinte.” Entrevistado 14 – Mulher, 25 anos

“Uma vez estava na casa de um contatinho. Ele disse que ia pegar uma coisa e voltou com um livro pra mim. Aí veio com um livro que era lindo. A capa era incrível e a editoração também. Ele sabia que eu curtia design. Depois descobri que ele tinha me dado um livro de uma ex dele que eu conhecia! Não toquei no assunto com a menina porque fiquei com o livro mesmo, mas fiquei muito chateada porque achei que era uma coisa dele que ele estava me dando.” Entrevistado 15 – Mulher, 30 anos

Neste grupo os relatos mostram que os presentes oferecidos não eram caros ao presenteador, ou seja, não foram escolhidos com apreço, sendo, portanto, oferecidos com indiferença. Aqui o presenteado não concretiza o ritual de validação e a incorporação. Ao invés de confirmar o vínculo, coloca em questão a plausibilidade daquela relação, tanto que em um dos casos a indiferença do presente leva ao fim da união.

No primeiro relato, o pedido pelo presente parece um termômetro que afere o relacionamento, enquanto no segundo, a “reciclagem” de um presente traz, para o atual, um relacionamento anterior. Por um lado, o presente precisa confirmar aquilo que o outro pensa sobre si. Por outro, ele deve estabelecer a duração do seu relacionamento com o outro, pois o presente realiza essa função de confirmação dos vínculos sociais. Neste sentido, aqui o ritual não se consuma plenamente porque, de acordo Godbout e Caillé (1998), o presente enquanto fato social total demanda que ele seja feito em função do presenteado, pois existem as regras do desinteresse e da devoção que confirmam a magia envolta naquele objeto que, por sua vez, estabelece os alicerces para uma relação.

### **“NADA ME MARCOU A PONTO DE EU CONSEGUIR LEMBRAR”**

“Aii... Eu não consigo lembrar agora. Já rolou sim, mas nada que tenha marcado ao ponto de eu lembrar hoje. Talvez se eu estivesse afim também, eu lembraria, hahahaha!” Entrevistado 3 – Homem, 25 anos

“Bom, minha história com presentes em relacionamento: eu nunca ganhei um, NUNCA. No final do ano eu ganhei um “vale presente” que nunca veio. Mas eu levo de boa, tem gente que não sabe dar as coisas.” Entrevistado 17 – Homem, 35 anos

Ao solicitarmos relatos de presentes no contexto de relacionamentos, alguns entrevistados enfatizaram, com letras maiúsculas, “NUNCA”, terem recebido presentes nesse contexto, explicando que nada havia lhes marcado a este ponto. A palavra marcado aponta à palavra marca, derivada de “*brandon*”, que, por sua vez, remete a ao “*ato que penetrava a carne do animal assim marcado, ao mesmo tempo em que sinalizava a propriedade*” (KAPFERER 2003, p. 40). Não lembrar de presentes significa que o próprio relacionamento não marcou o suficiente a memória.

Além dessa consideração semântica, esse grupo expressa que, o ritual do presente, para se concretizar enquanto um ato de significação do mundo social, precisa cumprir os estágios de validação e incorporação por parte dos presenteados. Dessa maneira, mais do que meros receptáculos da vontade do presenteador, aqueles que recebem a dádiva devem construir significados, pois, somente assim, essa troca ocasionará em uma forma de vínculo social.

## CONCLUSÃO

Diante do exposto, observamos que existem confirmações e exceções ao nosso modelo, sendo que essas exceções aferem que os presentes precisam passar por todos os estágios para realizarem a sua função milenar de consagrar e a celebrar a existência de um vínculo social. Assim, nos vinte relatos coletados neste trabalho, foram observadas práticas ritualísticas de comunicação simbólica, tanto nas ações do presenteador quanto do presenteado. Ainda que o presenteado pareça um espectador desta troca, ele participa ativamente do ritual dialógico do presentear.

A partir de Perez (2020, p. 59) e do agrupamento dos relatos, foram observadas trocas de bens com maior ou menor nível de “ruído”. Enquanto nos dois primeiros grupos os atores sociais receberam os presentes positivamente, nos demais aparecem sentimentos ambíguos. Nesses relatos, o *valor* inferido e recriado no ritual não é *validado* ou *incorporado* pelo presenteado. Na verdade, o ritual de posse, a parte final do modelo proposto neste trabalho, é questionado nestes casos. *Na validação e na incorporação* pode-se observar a intensidade dessa troca, pois a aceitação ou a recusa do presente acontece em relação à partilha de sentimentos e afetos e o desejo (ou não) pela garantia de certa continuidade que este representa. (PEREZ, 2020, p. 51).

Enquanto o momento de validação valida o olhar do outro, a incorporação contribui para reforçar a *posição de sujeito* do presenteado. Neste sentido, Hall oferece uma compreensão muito rica do o que seria a identidade e como ocorre esse procedimento que envolve tanto aspectos externos da sociedade como mecanismos psíquicos interiores. Para o autor, a identidade é uma sutura, uma união discursiva do “eu” com

o discurso (sociedade, cultura), assim, ela opera como uma forma de representar um conhecimento de si e do lugar que este “eu” ocupa no mundo.

Isso se torna especialmente problemático nas sociedades contemporâneas, pois Hall sustenta que o sujeito pós-moderno não mais possui, como no passado, uma *identidade* unificada e estável, mas múltiplas, muitas vezes contraditórias e não-resolvidas (HALL, 2019, p. 11). Freud completa que a criança precisa aprender, na relação com os outros, a ideia de um Eu inteiro, unificado. A adjetivação dos pais, isto é, a incipiente relação da criança com os sistemas simbólicos fora dela mesma (incluindo a língua, a cultura e a diferença sexual) é acompanhada por sentimentos contraditórios e não resolvidos, a exemplo, divisão do eu entre suas partes boa e má e a negação de sua parte feminina/masculina. Contudo, o sujeito vive como se sua identidade estivesse resolvida, em uma fantasia de si mesmo (HALL, 2019, p.24).

A identidade precisa de investimento do sujeito, precisa estar sempre em andamento. Dessa forma, o ritual de busca, compra e produção do presenteado, num processo de alteridade e empatia, e, a incorporação do presente pelo presenteado no ritual de posse, é, pois, um processo não só de consumo, mas também de construção de identidade desses sujeitos.

Através do ritual do presente, observamos que tanto o presenteado como o presenteador desenvolvem suas relações identitárias, pois desenvolvem, ao longo do processo, momentos de sutura do “eu” com o discurso. Por um lado, o presenteador percebe-se enquanto uma individualidade diferente do outro, pois mesmo nos casos em que as trocas ocorrem de maneira indiferente, esse ator delimita até onde vai a sua esfera de influência que é mediada pela escolha do bem a ser oferecido. Por outro lado, o presenteado pode receber um bem que valide ou não a sua representação de si, assim, seja para o negativo, seja para o positivo, o presente age como um catalisador da identidade. Neste sentido, essa troca de bens, mesmo quando inocente, esconde intensos mecanismos culturais e psicanalíticos que regulam as práticas.

## REFERÊNCIAS

- BARTHES, Roland. **Fragments do Discurso Amoroso**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1981.
- BELK, R. W.; COON, G. S. **Gift giving as agapic love: An alternative to the exchange paradigm based on dating experiences**. *Journal of Consumer Research*, 20(3), 1993, p. 393-417.
- HAN, Byung-Chul. **Agonia do eros**. Rio de Janeiro: Vozes, 2017.
- DAMATTA, Roberto. O ofício do etnólogo, ou como ter “anthropological blues”. In: E. O. NUNES (org.) **A aventura sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar, p. 23-35, 1978.
- FREUD, Sigmund. **Introdução ao narcisismo, ensaios de metapsicologia e outros textos**. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.
- GODBOUT, Jacques. CAILLÉ, Allain. **The World of Gift**. Québec: McGill-Queen’s University Press, 1998.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2019.  
 \_\_\_\_\_. Quem precisa da identidade? In: SILVA, Tomaz. T. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2008. cap.3, p.103-133.
- KAPFERER, Jean-Noël. **As marcas, capital da empresa: criar e desenvolver marcas fortes**. Trad. Arnaldo Ryngeblum. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a dádiva. In: **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2003, p. 183-314.
- MILLER, Daniel. **Consumo como cultura material**. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul./dez. 2007  
 \_\_\_\_\_. **Teoria das Compras: O que Orienta as Escolhas dos Consumidores**. Editora Nobel, 2002.
- MOREIRA, Jacqueline de Oliveira. Revisitando o conceito de eu em Freud: da identidade à alteridade. **Estudos e pesquisas em psicologia**, Rio de Janeiro, v.9 n.1, abr. 2009.
- OVÍDIO. **A Arte de Amar**. Porto Alegre: L&PM, 2006.  
 \_\_\_\_\_. **As Metamorfoses**. São Paulo: Editora Tecnoprint, 1983.
- PEREZ, Clotilde. **Há limites para o consumo?**. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2020.
- PINHEIRO, Teresa. **Narcisismo e depressão: “o olhar do outro define quem eu sou”**. 2017. (49m49s). Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=A\\_OnUioaFU](https://www.youtube.com/watch?v=A_OnUioaFU)>. Acesso em: 08 mar. 2021.
- PRIORE, Mary del. **Histórias Íntimas - Sexualidade e Erotismo na História do Brasil**. São Paulo: Planeta 1, 2011.
- SAAD, G.; GILL, T. **An evolutionary psychology perspective on gift giving among young adults**. *Psychology & Marketing*, 20(9), 2003, p. 765–784.
- SINGER, Irving. **Philosophy of Love: a partial suming-up**. Massachusetts: MIT Press, 2009.