UFRN/PPGAS

Antropologia do Consumo

Prof. Eliane Tânia Freitas

2023.1 – 60h

5ª feira, 8h55min – 12h30min

**PARTE I – MARCOS TEÓRICOS PARA A DISCUSSÃO
ANTROPOLÓGICA SOBRE CONSUMO**

1ª SESSÃO: APRESENTAÇÃO DA DISCIPLINA, do programa e bibliografia, da proposta de trabalho prático a ser desenvolvido NO DECORRER DO PERÍODO LETIVO por cada aluno (diário de consumo) e do trabalho final.

**2ª SESSÃO: CULTURA COMO SISTEMA SIMBÓLICO – PARA UMA
CRÍTICA DO PENSAMENTO UTILITÁRIO**

SAHLINS, Marshall. “La pensée bourgeoise”. In: *Cultura e Razão Prática*.

MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a dádiva. In: *Sociologia e Antropologia*, São Paulo, EPU/EDUSP, 1974. (Segunda Parte do livro, p. 183-314)

**3ª SESSÃO: CONSUMO CONSPÍCUO, PRESTÍGIO E HIERARQUIAS
SOCIAIS**

VEBLEN, T. *Teoria da Classe Ociosa*. Capítulos 2, 3, 4, 6.

4ª SESSÃO: CAPITALISMO, ÉTICA, VALORES

WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*.

5ª SESSÃO: CONSUMO, HEDONISMO, CONSUMISMO

CAMPBELL, Colin. *A Ética Romântica e o Espírito do Consumismo Moderno*. Rio de Janeiro, Rocco, 2001 [1987].

6ª SESSÃO: PONTES OU CERCAS? CONSUMO, RELAÇÕES SOCIAIS, PERTENCIMENTO SOCIAL

DOUGLAS, Mary & ISHERWOOD, Baron. *O Mundo dos Bens - Para uma Antropologia do Consumo*. Rio de Janeiro, Ed. UFRJ, 2006 [1979, 1996]. Capítulos a definir.

Complementar:

DOUGLAS, Mary. “O Mundo dos Bens, vinte anos depois”. *Horizontes Antropológicos: “Antropologia e Consumo”*. Ano 13, n. 28 (2007). Porto Alegre: UFRGS/PPGAS, 2007.

7ª SESSÃO: MERCADORIAS, CIRCULAÇÃO E VALORES; AUTENTICIDADE COMO VALOR

APPADURAI, Arjun. *A vida social das coisas*. Cap. 1, “Introdução: Mercadorias e a Política de Valor”. Niterói, EDUFF, 2008 [1986]

SPOONER, Brian. “Tecelões e negociantes: a autenticidade de um tapete oriental”. (pp. 247-298). *In: Appadurai, Arjun (Org.). A Vida Social das Coisas*. Niterói, EDUFF, 2008 [1986]

PINHEIRO-MACHADO, Rosana. *China-Paraguai-Brasil*.

PARTE 2 - TEMAS E PROBLEMAS PARA O ESTUDO DO CONSUMO

8ª. SESSÃO: CONSUMO E CIDADANIA

BORGES, Fábio Mariano. *Consumerismo e consumidores indignados: netativismo contra as marcas nas redes sociais*. Tese de doutorado em Ciências Sociais. PUC-SP, 2017.

Cap. 1. Gênese do consumerismo e do consumidor contemporâneo. pp. 37-98

TASCHNER, Gisele. *Cultura, Consumo e Cidadania*. Bauru, Edusc, 2009.

Capítulos: [fazer xerox ou escanear]

Parte III, cap. 6, “Proteção do consumidor no Primeiro Mundo: o caso dos Estados Unidos” (p. 141-166)

cap. 7, “Proteção do consumidor no Brasil” (p. 167-183).

9ª SESSÃO:

CONSUMO E MEIO AMBIENTE

PORTILHO, Fátima. *Sustentabilidade Ambiental, Consumo e Cidadania*. São Paulo, Editora Cortez, 2005.

Dois capítulos: [fazer xerox ou escanear]

cap. 2, “A emergência internacional do discurso político sobre consumo e meio ambiente” (p. 39-65)

cap. 5, “Consequências políticas do deslocamento da questão ambiental para o campo do consumo” (p. 163- 218)

10ª SESSÃO: CONSUMERISMO POLÍTICO, INTERNET, MÍDIA

DOMINGUES, Izabela. *Terrorismo de marca*. Rio de Janeiro, Confraria do Vento, 2013.

Cap. 1. “Consumo, consumerismo político e discurso”. pp. 23-55 [fazer xerox ou escanear]

BORGES, Fábio Mariano. *Consumerismo e consumidores indignados: netativismo contra as marcas nas redes sociais*. Tese de doutorado em Ciências Sociais. PUC-SP, 2017.

Cap. 2. “Mídias digitais como gênese do netativismo”. (pp. 99-133)

e Conclusão. “Quais as consequências do netativismo?” (pp. 134-148)

11ª SESSÃO: PUBLICIDADE NAS MÍDIAS DE MASSA E PUBLICIDADE ALGORÍTMICA: O QUE MUDOU?

DOMINGUES, Izabela. *Publicidade de Controle. Consumo, Cibernética, Vigilância e Poder*. Porto Alegre, Sulina, 2016.

Cap. III, “A publicidade disciplinar”, p. 134-206;

e **cap. IV**, “A publicidade de controle”, p. 207-291)

BUARQUE, HELOÍSA BUARQUE. Telenovela, consumo e gênero. **Cap. 2**. “Qual Brasil vai às compras?” [fazer xerox ou escanear]

12ª SESSÃO: CONSUMO, EMOÇÃO, ESTÉTICA E IDENTIDADE SOCIAL

SILVA, Gleicy Mailly da. Corpo, política e emoção: feminismos, estética e consumo entre mulheres negras. *Horizontes Antropológicos*, v. 25, p. 173-201, 2019.

MIZRAHÍ, Mylene. A estética funk carioca. Criação e conectividade em Mr. Catra. Rio de Janeiro, 7 Letras, 2014.

Cap. 5, “Cabelos femininos e a confusão de símbolos” (p. 201-242)

e **cap. 6**, “Adereços masculinos e relações de gênero” (p. 243-291)

13ª SESSÃO: CONSUMO DOMÉSTICO/PETS

MILLER, Daniel. *Teoria das Compras*. **Capítulos a definir**.

TIAGO, Dominique dos Santos. A VIDA SOCIAL DO PET: etnografando subjetividades através da prática de consumo para animais de companhia em Natal/RN. Dissertação de mestrado, PPGAS/UFRN, 2017. Disponível no acervo online da biblioteca. Cap. 3. “O pet de devoção” (pp. 83-119).

14ª SESSÃO: CONSUMO, TECNOLOGIAS E MÍDIAS

SCALCO, Lucia Mury. Máquinas, Conexões e Saberes: As Práticas de Inclusão Digital em Famílias de Grupos Populares. Tese de Doutorado (Antropologia). UFRGS, 2012.

Cap. 1. “O computador nos territórios de convivência”. (pp. 45- 84)

Cap. 2. “Tecnologias da paixão: da reabilitação à música!”

Complementar:

Palestra da Hilaine Yaccoub no TED Talk.

15ª SESSÃO: O CAMPO DE ESTUDOS DE CONSUMO: BALANÇOS

BARBOSA, Livia e CAMPBELL, Colin (orgs.). *Cultura, Consumo e Sociedade*. Cap. de BARBOSA, Livia e CAMPBELL, Colin, “O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas”. (pp. 21-44).

DUARTE, Alice. “A antropologia e o estudo do consumo: revisão crítica das suas relações e possibilidades”. *Revista Etnográfica*. junho de 2010, 14 (2): 363-393. Disponível online.

16ª SESSÃO: APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO SOBRE A EXPERIÊNCIA DOS/COM OS DIÁRIOS DE CONSUMO E PROPOSTAS DE ARTIGOS FINAIS

Esse exercício **oral** está sendo proposto como modo de organização de ideias para facilitar o trabalho final. Convém que você, para facilitar, escreva um pequeno relatório resumindo as reflexões despertadas pelo diário e sua proposta de trabalho final. Isso tornará sua apresentação mais organizada. Esse relatório escrito e o diário não serão entregues à professora, é somente uma sugestão para que você se organize melhor para essa discussão da última sessão.