



INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS SOCIAIS
DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGIA CULTURAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

SEMESTRE: 2013-1

DISCIPLINA: FCA623 – ANTROPOLOGIA DO CONSUMO: MATERIALIDADES, ESTÉTICA E ESPAÇO URBANO

PROFESSOR(A): MYLENE MIZRAHI / MARIA BARROSO

DIA: 6ª FEIRA

HORÁRIO: 13:40 ÀS 17:00 HS

PROGRAMA

Consumo, do ponto de vista da antropologia, refere-se aos diferentes processos desencadeados pelos sujeitos, sejam eles individuais ou coletivos, a partir da apropriação de bens disponibilizados pelo mercado e produzidos, em sua grande maioria, de modo massivo. Dessa perspectiva, o comprar, o ato de despesa financeira envolvido na aquisição de bens, não é o momento de fato relevante para acessar as atribuições de sentido que são feitas aos objetos. Consumo, de nossa ótica, é atividade que não se encerra com a aquisição do bem mas que corresponde a todo o trabalho *a posteriori* conduzido pelas agências individuais ao desalienar o produto do mercado. Consumo refere-se assim a um movimento criativo em que os sujeitos, ao mesmo tempo em que se apropriam dos bens, dão visibilidade a si mesmos enquanto membros partícipes da sociedade urbana moderno-ocidental. Nesse sentido, damos o nome de consumo a relações que são mediadas por objetos e que neste sentido nem sempre se diferenciam de modo fundamental de práticas levadas a cabo em contextos etnográficos ditos tradicionais.

O curso se estrutura a partir da interface entre Antropologia do Consumo, Antropologia da Arte e Estudos de Cultura Material, tendo como arena privilegiada da discussão as sociedades urbanas contemporâneas. Nos guiaremos assim por diferentes eixos. Um deles é formado pelas discussões em torno das teorias da troca e da dádiva, discussão clássica da Antropologia. Em outro deles, de viés mais histórico, acompanharemos “o nascimento da sociedade de consumo”. Um terceiro eixo se conformará a partir das teorias distintivas e de constituição dos gostos. E um outro ainda será conformado pelos processos de auto-apresentação do *self*.

O curso terá como motivo englobante a estética enquanto *assemblage* feita por meio de objetos industriais retirados do mercado e aos quais é atribuído sentido próprio. A composição da estética por meio do consumo – via produção, apreensão e circulação de objetos e imagens – permite comunicar de modos não-orais aspectos da vida social que de outro modo poderiam ficar silenciados, se constituindo em importante ponte de

acesso às subjetividades, às moralidades, às emoções, às políticas, às identidades coletivas.

BIBLIOGRAFIA

MAUSS, Marcel. *Sociologia e antropologia*. São Paulo: Cosac & Naify, 2003

MALINOWSKI. *Os argonautas do Pacífico Ocidental: um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné, Melanésia*. 2ª ed. São Paulo: Abril Cultural, 1978. Coleção Os Pensadores.

APPADURAI, Arjun. *A vida social das coisas*. Niterói:EdUFF, 2008

COELHO, Maria Claudia. “‘O que vale é a intenção’: dádiva, valor e sentimento”. *O valor das intenções: dádiva, emoção e identidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

BATAILLE, Georges. *A parte maldita*.

ELIAS, Norbert. *A sociedade de corte: investigação sobre a sociologia da realeza e da aristocracia de corte*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

CAMPBELL, Colin. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rocco, 2001.

GOMES, Laura Graziela. “*Madame Bovary* ou o consumo moderno como drama social”. BARBOSA, L. e CAMPBELL, C. (orgs.). *Cultura, consumo e identidade*. Editora FGV, 2006.

NAVA, Mica. “A negação da modernidade: as mulheres, a cidade e a loja de departamentos”. Cópia mimeografada.

MCCRACKEN, Grant. *Culture and consumption*. Indiana: Indiana University Press, 1988. [existe tradução para o português]

DOUGLAS, Mary. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

SAHLINS, Marshall. *Cultura e razão prática*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. Zouk, 2007.

VEBLIN, Thorstein. *A teoria da classe ociosa: um estudo econômico das instituições*. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

SIMMEL, Georg. “Fashion”. *The American Journal of Sociology*. 1957 [1904], v. lxii, n. 6. [existe versão em espanhol]

GEERTZ, Clifford. *O saber local*. Petrópolis: Vozes, 1997 [1998].

MILLER, Daniel. “A pobreza da moralidade”. *Antropolítica*. N. 17, p. 21-43, 2º sem. 2004.

LAGROU, Els. *A fluidez da forma. Arte, alteridade e agência em uma sociedade amazônica (Kaxinawa, Acre)*. Rio de Janeiro: Topbooks, 2007.

MIZRAHI, Mylene. *A estética Funk carioca: criação e conectividade em Mr. Catra*. Tese de Doutorado. PPGSA-IFCS-UFRJ, 2010.

FRY, Peter. "Feijoada e *soul food* 20 anos depois". *Fazendo antropologia no Brasil*. DP&A, 2001.