



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

DISCIPLINA: ANTROPOLOGIA DO CONSUMO
PROFESSORES: CESAR GORDON / WILLIAM CORBO
CURSO: CIÊNCIAS SOCIAIS - BACHARELADO
SEMESTRE: 2019.2
DIA E HORÁRIO: SEXTA-FEIRA, 13:40-17:00

PROGRAMA

O objetivo do curso é examinar algumas das perspectivas teóricas que apresentam ideias, pistas e caminhos para a reflexão antropológica sobre o fenômeno do consumo. Assim, pretende-se analisar sua dimensão simbólica, seus dispositivos de poder e sua vocação classificatória, que articula identidades sociais e o mundo dos bens.

AVALIAÇÃO

A avaliação consistirá na realização de um trabalho final. Os alunos que comparecerem a menos de 75% das aulas serão reprovados por faltas.

Módulo 1. Introdução ao estudo do consumo

ROCHA, Everardo. Culpa e prazer: imagens do consumo na cultura de massa. In: *Comunicação, mídia e consumo*. São Paulo, v. 2, n. 3. pp. 123-138. Mar., 2005.

MILLER, Daniel. Consumo como cultura material. In: *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 13, n. 28, pp. 33-63, jul./dez. 2007.

Módulo 2. Trabalhos pioneiros

VEBLEN, Thorstein. 1965 [1899]. Emulação pecuniária; Ócio conspícuo; Consumo conspícuo. In: *A teoria da classe ociosa: um estudo econômico das instituições*. São Paulo: Pioneira.

SIMMEL, Georg. 2008 [1904]. Filosofia da moda. In: *Filosofia da moda e outros escritos*. Lisboa: Edições Texto & Grafia.

SOMBART, Werner. 1965 [1913]. El desarrollo del lujo. In: *Lujo y capitalismo*. Madrid: Selecta de Revista de Occidente.

MAUSS, Marcel. 1974 [1925]. Ensaio sobre a dádiva: forma e razão troca nas sociedades arcaicas. In: *Sociologia e Antropologia*, vol. 2. São Paulo: EPU/EDUSP.

Módulo 3. Para uma antropologia do consumo

BAUDRILLARD, Jean. 2009 [1968]. A Publicidade. In: *O sistema dos objetos*. São Paulo: Perspectiva.

WAGNER, Roy. 2012 [1975]. O poder da invenção (A magia da propaganda). In: *A invenção da cultura*. São Paulo: Cosac Naify.

SAHLINS, Marshall. 1976. Le pensée bourgeoise: a sociedade ocidental enquanto cultura. In: *Cultura e razão prática*. Rio de Janeiro: Zahar.

DOUGLAS, Mary e ISHERWOOD, Baron. 2004 [1979]. Os usos dos bens; Exclusão, intrusão. In: *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: UFRJ.

BOURDIEU, Pierre. 2006 [1979]. A escolha do necessário. *A distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre: Zouk.

Módulo 4. Consumo e pensamento mágico

ROCHA, Everardo. 1985. Publicidade e razão prática; O anúncio publicitário. In: *Magia e capitalismo: um estudo antropológico da publicidade*. Rio de Janeiro: Brasiliense, pp. 62-74; 131-157.

MILLER, Daniel. 2002. Atos de amor num supermercado. In: *Teoria das compras: o que orienta as escolhas dos consumidores*. São Paulo: Nobel.

CAMPBELL, Colin. 2001. Hedonismo moderno autônomo e imaginativo. In: *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco.

MCCRACKEN, Grant. 2003. Unidades Diderot e o efeito Diderot. In: *Cultura e consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo*. Rio de Janeiro: Mauad.